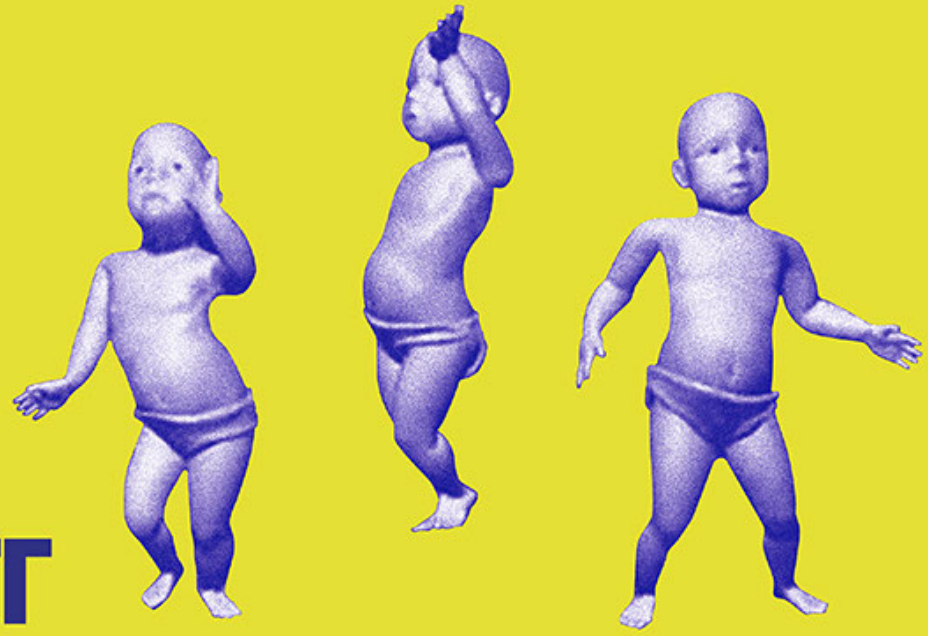
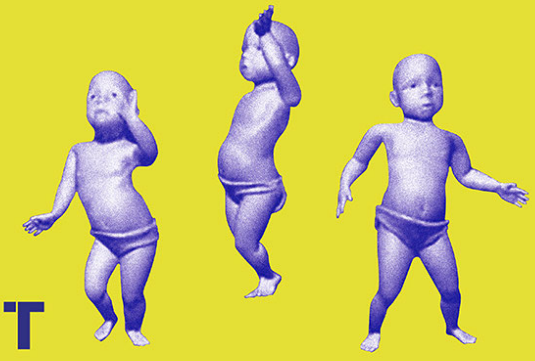
VALENTINA TANNI

MEME STÉTICA



VALENTINA TANNI

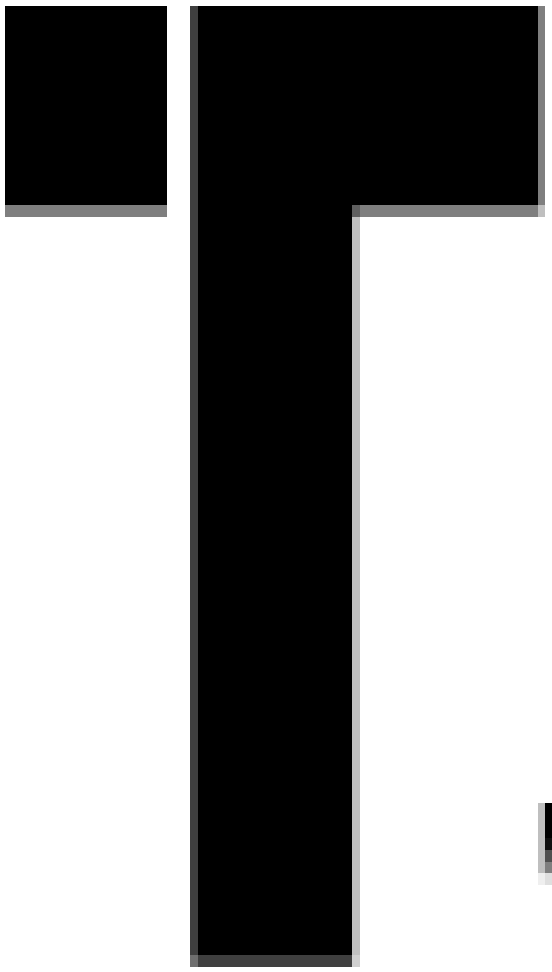
MEME ESTÉTICA



T

MEME ESTÉTICA

Traducción de Nuria Martínez Deaño



TURNER

índice

El septiembre eterno

La imagen inestable

Sistemas replicantes

El contrapaso del arte

Conceptualismo salvaje

Performances identitarias

La era del sinsentido

Colaboraciones de masas

Del laboratorio a la realidad

Nota de la autora

Notas

EL SEPTIEMBRE ETERNO

De repente, algún día, una niña rellenita de Ohio será la nueva Mozart y hará una película preciosa con la pequeña grabadora de su padre y por fin se destruirá para siempre el llamado profesionalismo del cine. Y se convertirá en una forma de arte.

francis ford coppola[1]

Eternal September es una expresión acuñada en 1994 por el videoartista y fotógrafo estadounidense Dave Fischer en un comentario que envió al grupo de Usenet alt.folklore.computers. El post decía: « September 1993 will go down in net.history as the September that never ended ». [2] El septiembre al que se refiere Fischer es aquel en el que el proveedor de servicios de internet America Online decidió ofrecer a todos sus abonados la posibilidad de acceder a los foros de los grupos de noticias del sistema Usenet. Hasta entonces, dicho sistema —un foro de discusión organizado temáticamente— lo utilizaba principalmente un público universitario y aumentaba su tráfico con pequeños picos durante el mes de septiembre, debido a la llegada de los nuevos matriculados. Cada vez que un grupo de usuarios entraba en el network, la comunidad tenía que enfrentarse al analfabetismo, por decirlo de algún modo, de los recién llegados, que desconocían las diferentes netiquetas, así como las reglas no escritas sobre las que se regían los equilibrios de las primeras comunidades online.

Sin embargo, a finales de septiembre de 1993, el flujo de usuarios nuevos no se detuvo y se transformó en un fenómeno permanente. El número de personas conectadas a la red —que ya era mucho más fácil de manejar gracias a la llegada de la World Wide Web— no dejó de crecer, y sigue en aumento, a pesar de los problemas de la brecha digital. Se trata de un desplazamiento cultural de enormes proporciones, que involucra a todos los sectores de la sociedad. Basta con pensar que en 1995 menos del uno por ciento de la población mundial disponía de acceso a internet, mientras que

hoy el porcentaje está por encima del sesenta por ciento, lo que equivale a la impresionante cifra de cinco mil quinientos millones de personas.[3]

Calvin usa el urinario de Duchamp, imagen encontrada

El concepto de acceso ha adquirido acepciones amplias: acceso a la información, a las tecnologías de producción, a los sistemas de distribución. Este fenómeno ha sacudido la maquinaria de la gestión de la cultura y ha supuesto, en la gran mayoría de los casos, el derrumbe de modelos económicos a los que esta se asociaba. La industria musical y la cinematográfica, por ejemplo, se han transfigurado a partir de la difusión de ordenadores y redes: ahora los autores pueden producir por sí mismos y distribuir su trabajo con mayor facilidad, por un lado, recurriendo a

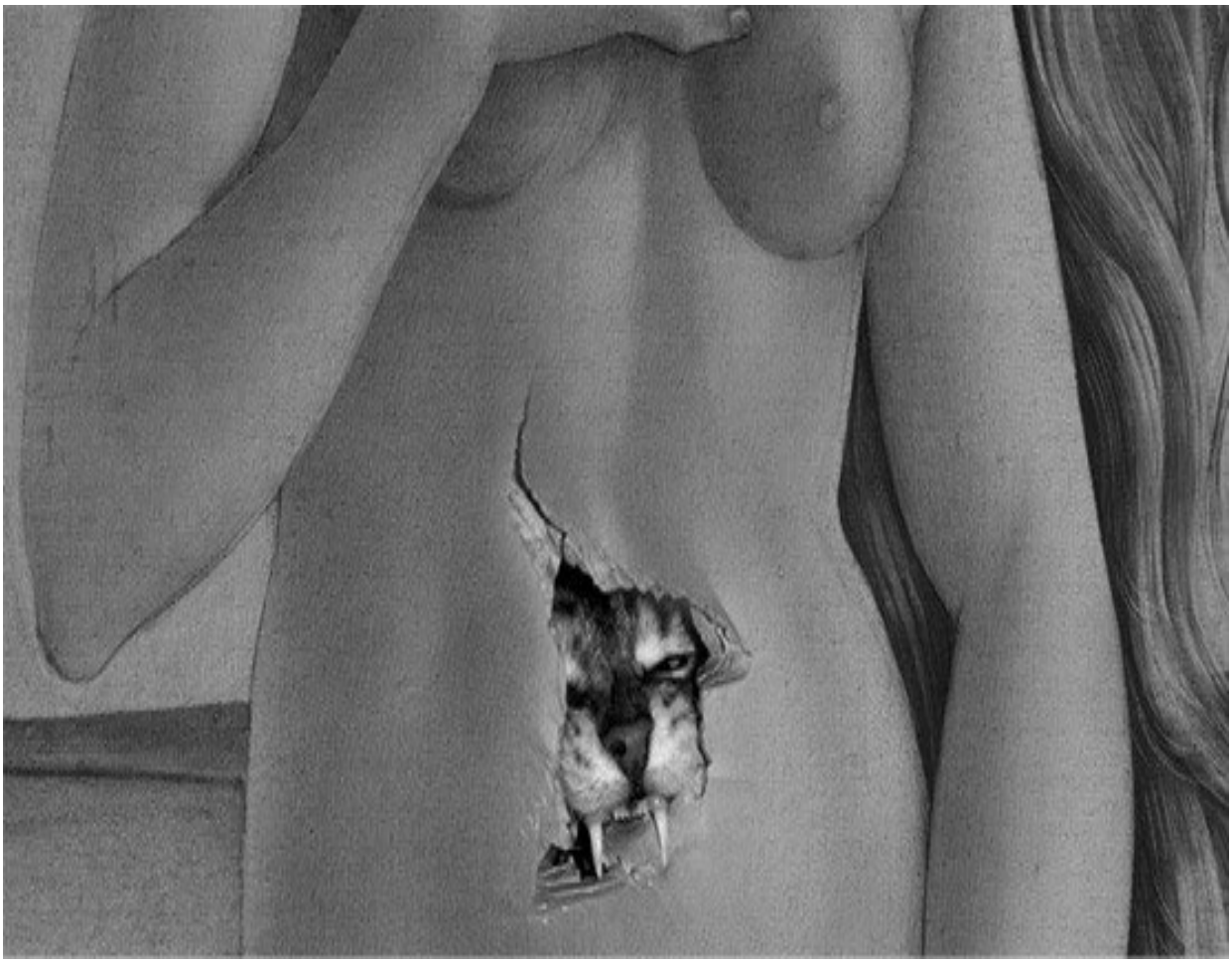
máquinas con softwares profesionales y, por otro, saltándose a las discográficas y a los productores; la música y las películas se copian y se comparten sin parar, también a través de vías ilegales; los contenidos se descargan, se modifican y se remixan continuamente; las plataformas de streaming han cambiado los hábitos de escucha y de visionado de una importante cuota de público; los soportes materiales están disminuyendo, reemplazados por ingentes bibliotecas digitales permanentemente disponibles a través de la nube.

En el ámbito de las artes visuales las consecuencias son igualmente profundas, si bien desde el punto de vista económico —considerado el único orden del mercado— el impacto es menos evidente. Mientras alcanza su culmen la crisis secular de los dos valores fundacionales del sistema-arte, o sea, la singularidad y la originalidad de la obra, se va delineando otro elemento desestabilizador: el surgimiento prepotente y descontrolado de la creatividad amateur. La producción de imágenes ha dejado de estar reservada a una categoría de persona concreta y cualificada: todos pueden participar en la construcción del imaginario colectivo creando en primera persona, remixando materiales existentes y contribuyendo a la difusión de contenidos a través de la práctica de compartir. Las obras —las del presente y las del pasado— ya no son objetos intocables que se contemplan en los museos o en los libros; son materiales a disposición. Toda la historia del arte es objeto de una continua acción de apropiación y reinterpretación: las imágenes se descargan, se modifican y después se reintroducen en el flujo de la comunicación. Un ciclo imparable y vertiginoso que convierte cualquier contenido en inestable, cambiante, nunca definitivo.

Otra consecuencia radical de este escenario es el progresivo cuestionamiento del profesionalismo, algo que profetizaron los observadores más suspicaces de los años sesenta y setenta del siglo xx. Por ejemplo, en el catálogo de la edición de 1982 de SIGGRAPH, la feria internacional por excelencia de los apasionados de los computer graphics, Gene Youngblood escribía: «Un instrumento se puede considerar maduro cuando es fácil de usar, accesible a cualquiera, capaz de ofrecer una alta calidad a bajo precio, cuando lo define una praxis plural, a la vez que singular, y es útil para una multitud de valores. El profesionalismo es un modelo arcaico que se desvanece en el ocaso de la era industrial».[4] El teórico estadounidense prefiguraba para los ordenadores un destino centrado en la accesibilidad, pero también subrayaba

su maleabilidad, su capacidad específica para plegarse a los usos más dispares, permitiendo la creación de contenidos de carácter muy diverso.

Quince años antes ya había expresado algo similar el pionero del arte electrónico A. Michael Noll, que en 1967 advertía del papel decisivo que adquirirían los procesadores digitales en la difusión global de la actividad creativa: «Es plausible el surgimiento de una suerte de citizen artist […]. La experiencia estética interactiva con los ordenadores podría llegar a ser una porción sustancial de la amplia cantidad de tiempo libre que imaginamos que tendrá el ser humano del futuro».[5]



Intrusión felina en la Venus de Botticelli, imagen encontrada

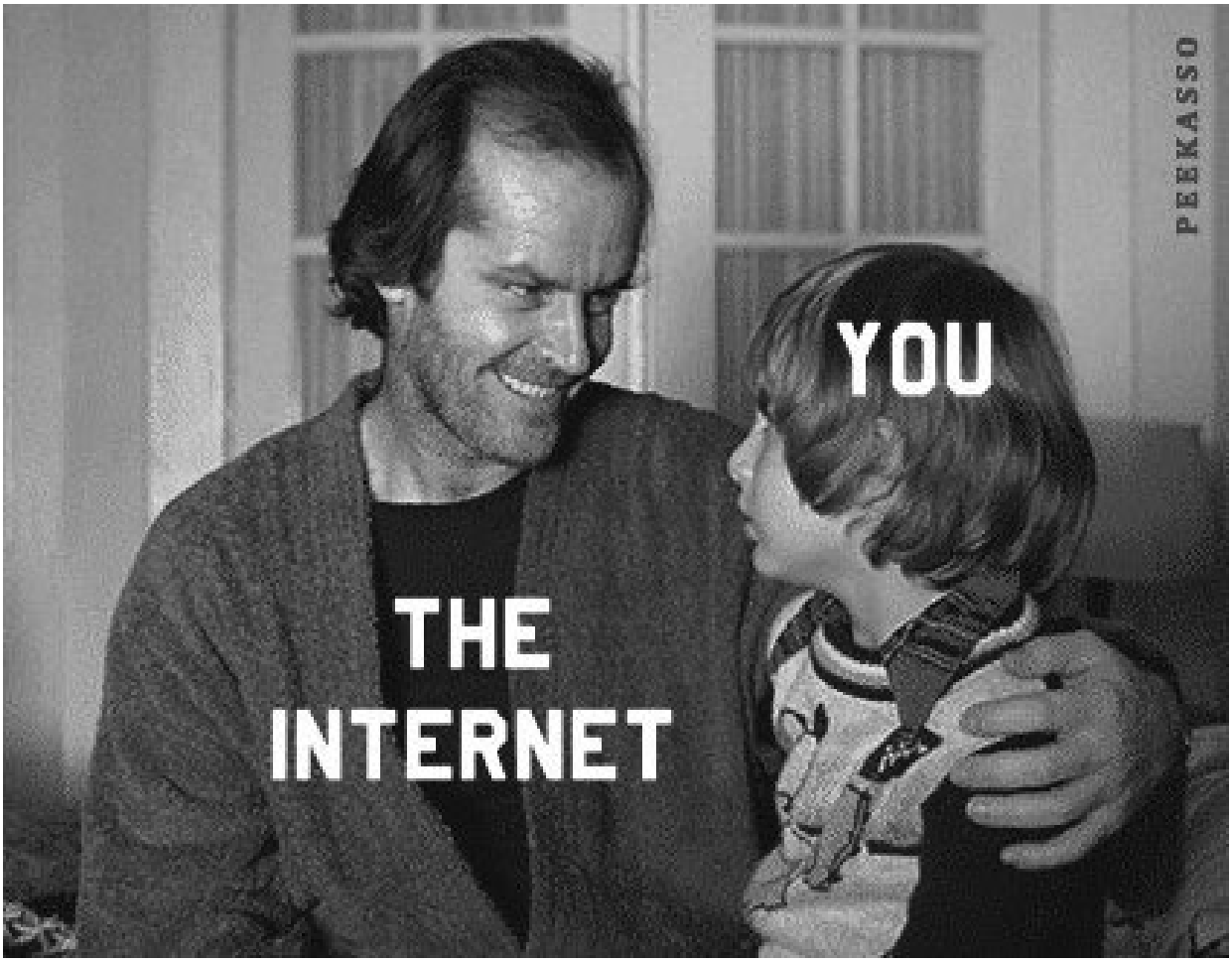
La expresión citizen artist, que Noll había tomado prestada de un artículo del historiador Allon Schoener, publicado en la revista Art in America en 1966,[6] nos lleva inmediatamente al debate actual sobre la cultura amateur (pensemos, por poner un ejemplo, en el llamado citizen journalism, que se basa en la participación de lectores, reporteros y fotógrafos no profesionales en el sistema de la información). El aficionado del siglo xxi puede llegar a adquirir competencias muy altas, ya que hay formación continua siempre disponible: a través del e-learning, gracias a la vitalidad de las comunidades virtuales, o bien dentro de los diversos tipos de proyectos colaborativos que existen. En 2004, Charles Leadbeater y Paul Miller profundizaron sobre la figura del «amateur con nivel de profesional» en The Pro-Am Revolution. How Enthusiasts Are Changing Our Economy and Society,[7] un panfleto de setenta páginas donde se cuenta el nacimiento de un «nuevo híbrido social»: el Pro-Am («professional-amateur»), así lo llamaron. El Pro-Am se dedica a su actividad principalmente por pasión, pero estudia y practica para elevar sus capacidades a un nivel profesional; es una figura con un poderío cultural que no se debe infravalorar y que huye de las categorías consolidadas que hasta ahora habían distinguido a los aficionados de los profesionales y a los productores de los consumidores.

Pero no toda la escena amateur se caracteriza por contar con estándares altos ni aspira a obtener un especial reconocimiento por su actividad. Los contenidos creados por los citizen artists pueden ser vulgares, simples, improvisados, también excesivamente elaborados, desvelando a primera vista su origen underground. Su relevancia cultural está representada por un alto índice de autenticidad y por la falta de reglas, algo de lo que se hacen portadores. La tendencia homogeneizadora de los medios de comunicación durante los últimos veinte años ha alcanzado tales niveles de saturación que ha generado fenómenos de intolerancia, desconfianza y rechazo; de ahí que no nos sorprenda que la difusión de voces alternativas, capaces de moverse fuera de la corriente niveladora del mainstream, haya sido acogida con alivio, si no directamente fomentada.

Como es natural, no todos aquellos que han tratado el auge de la cultura amateur la han interpretado como un hecho positivo. Si bien estudiosos y periodistas como Clay Shirky, Seth Godin y Henry Jenkins han recalcado las enormes potencialidades de las escenas de los movimientos de bases —tras analizar el funcionamiento de las culturas participativas han mostrado cómo

el sistema se ve obligado, día tras día, a tomar conciencia de las fuerzas culturales que vienen de abajo—, hay quien las cuestiona. La crítica se concentra, por ejemplo, en la sostenibilidad económica del nuevo marco cultural, como la que hace el crítico estadounidense Andrew Keen, autor, entre otros ensayos, de The Cult of Amateur [8] y The Internet Is Not the Answer. Keen se presenta como un arrepentido de la tecnofilia de los años noventa, estigmatiza con precisión esa cultura digital hecha de palabras de moda, narcisismo, reciclaje incontrolado de informaciones y una confianza casi religiosa en la infalibilidad de los motores de búsqueda, sin olvidarse de incluir un listado de los daños económicos y sociales de lo que llama «la cultura 2.0»: pérdida de puestos de trabajo, clausura de muchas realidades culturales pequeñas y medianas, dificultades a la hora de mantenerse económicamente para autores y músicos en la era del peer-to-peer.

Las dificultades de adaptación a este nuevo entorno son innegables. Como todas las grandes mutaciones, el septiembre eterno trae consigo consecuencias controvertidas y dolorosas. Sin embargo, es imposible negar la existencia de un sistema cultural radicalmente nuevo. Chris Anderson, autor de La larga cola, uno de los ensayos más influyentes de las últimas décadas, lo ha definido como «una cultura masivamente paralela»[9] y ha subrayado su carácter fragmentado, basado en la coexistencia de millones de microculturas y nichos más o menos grandes «que interactúan en una cantidad desconcertante de maneras».



Peter Stemmler, alias Peekasso, The Internet and You

La mutación es particularmente compleja en el mundo del arte, donde desde hace ya tiempo se cuestionan las nociones de habilidad (skill) y técnica. A lo largo del siglo xx, movimientos como el dadá, el pop art, el situacionismo, el arte performativo y el arte conceptual han acabado con la idea tradicional del hecho artístico, dando visibilidad a un tipo de autor completamente distinto, desvinculado de un conocimiento técnico particular y de un medio específico. Si en el mundo del postreadymade[10] —en el que vivimos desde hace más de un siglo— cualquiera se encuentra en condiciones de producir objetos y situaciones que pueden inscribirse en un contexto artístico, en el mundo posinternet el escenario es aún más radical, ya sea porque los medios de producción están cada vez más extendidos o porque los contenidos, objetos de reutilización y reinterpretación, son cada vez más abundantes.

Además, el acceso a los sistemas de distribución ofrece la posibilidad de eludir a los intermediarios institucionales y moverse por su cuenta también en las fases de publicación, exposición y promoción.

La anómala ola de outsiders con la que debe lidiar el mundo del arte, ya se trate de aspirantes a profesionales o de «autores accidentales», ha provocado una previsible reacción proteccionista que nace de la voluntad de proteger el estatus, además de salvaguardar las exigencias del mercado. Ya en 1964, Alvin Toffler, conocido por haber acuñado el término prosumidor en un ensayo fundacional sobre el consumo cultural, escribía: «El ataque al mundo de los amateurs, así como el ataque al consumidor de cultura, se basa más en el miedo que en los hechos. Los amantes cultos del arte de larga duración, que llevan en el corazón su propia "ancianidad", como los miembros del viejo sindicato de fontaneros, temen a los recién llegados. Se les ha dicho que son una élite y que la élite ahora está amenazada. De ahí que pasen al ataque, pero siempre remarcando que su objetivo no es la conservación de un privilegio, sino la defensa de la excelencia».[11] Cincuenta años después de la publicación de estas palabras, pocas cosas han cambiado. Con un agravante: hoy los «recién llegados» son una marea imparable, que no se limita a amenazar a la élite, sino que la convierte en algo definitivamente obsoleto. Mientras que el sistema del arte forja alianzas cada vez más profundas con la gran industria y busca validación (y fondos) en el mundo del lujo, el impulso creativo se está convirtiendo en un comportamiento extendido a todos los niveles, transformando las producciones desde abajo en una fuerza cultural incontrolable.

Aun así, también la categoría del amateur, al igual que la del profesional, se ha hecho más imprecisa. En realidad, los productos culturales que definimos como amateurs para distinguirlos de aquellos que provienen del mundo del arte profesionalizado casi nunca pueden ser atribuibles al concepto histórico de amateur que conocemos. Desde los tiempos de El cortesano (1528), de Baltasar Castiglione, cuando la actividad artística se identificaba como un pasatiempo para los nobles, hasta la celebración de la frescura creativa de los outsiders en textos de autores del New American Cinema Group, como Maya Deren y Jonas Mekas, pasando por la crítica al diletantismo que emprendieron en el siglo xviii Goethe y Schiller, el aficionado siempre ha sido definido como una figura negativa: es aquel que produce arte, pero no hace de él su profesión. Por tanto, el profesional era un punto de referencia

imprescindible, tanto cuando se le consideraba un modelo al que mirar como cuando se le rechazaba o cuestionaba.

Gatito con escultura, imagen encontrada

En cambio, hoy nos encontramos frente a una inmensa masa de creadores que simplemente no se reconocen en la figura del «artista», ya sea profesional o aficionado, y que producen imágenes, obras y proyectos sin aspirar a alcanzar un estatus específico. Las características de este contexto son inéditas y determinan la necesidad de reconsiderar profundamente nuestra concepción del arte y su papel en la sociedad.

Los textos que se recogen en este libro intentan describir y analizar el fenómeno al que hasta ahora se ha hecho alusión, entrelazando el análisis de las nuevas expresiones culturales con el de las obras de algunos artistas contemporáneos influidos por estas. La primera parte se detiene en las profundas modificaciones que ha sufrido el ecosistema de las imágenes durante las últimas décadas para examinar las profundas consecuencias de la llegada de la fotografía digital y sus procesos de difusión, ligados al universo de las redes: la imagen fotográfica, al interactuar con el universo de la informática y de internet, se ha convertido en un objeto inestable, cambiante, permanentemente sujeto a fluctuaciones de contexto y de contenido; de ahí que sea inevitable confrontarla con el mundo de los memes y de los contenidos virales, que constituye el núcleo de la cultura visual contemporánea y presenta no pocos puntos en común con la experimentación artística del siglo xx, desde el dadaísmo hasta el situacionismo y el arte relacional. En la segunda parte del libro, la atención se traslada a un fenómeno concreto, que he definido como contrapaso del arte, o sea, la apropiación, la modificación y la recontextualización de las imágenes artísticas por parte del público. Cierra el recorrido el análisis enfocado a la difusión global de un cierto tipo de conceptualismo, que ha pasado de ser una práctica artística de élite a habitar el mundo de la comunicación popular, con una tendencia cada vez más marcada hacia la práctica performativa.

LA IMAGEN INESTABLE

la diseminación de lo fotográfico

No hay principio ni mitad ni final en un mundo de fotografías, del mismo modo que no los hay en la telegrafía. El mundo está atomizado. Solo hay un presente y no necesariamente forma parte de una historia que pueda ser contada.

neil postman[12]

«L a fotografía se configura al mismo tiempo como el triunfo y la tumba del ojo», escribía en 1971 Jean-Louis Comolli en el ensayo Machines of the Visible . [13] El crítico francés, que ha estudiado a fondo los cambios perceptivos provocados por la invención de la fotografía y del cine, describía la relación entre la mirada natural y los nuevos dispositivos en términos paradójicos: por un lado, el objetivo ejerce un papel usurpatorio frente al ojo, hasta el punto de volverlo obsoleto, al ser una versión más fiable y avanzada; por otro, la cámara fotográfica lo que hace es extender la mirada y difundir lo que esta produce, potenciándolo más allá de lo imaginable. Desde entonces, muchas cosas han cambiado y la introducción de las tecnologías digitales ha puesto en marcha una nueva revolución. Hoy el nudo problemático ya no solo tiene que ver con la relación entre el ojo y el objetivo, es decir, entre el ser humano y la máquina, sino que abarca la naturaleza más profunda de la imagen, su ADN, un dispositivo generador hecho de código informático.

El encuentro con lo digital ha determinado una diseminación imparable de lo fotográfico. Las imágenes se manifiestan bajo una miríada de soportes y los objetivos se incorporan a diferentes objetos, como ordenadores, tablets, smartphones, lectores musicales, drones y sistemas de vigilancia. La maleabilidad casi escultórica del formato numérico ha abierto las puertas a

una prolífica fase de experimentación, favoreciendo la creación de enfoques inéditos al medio. Y así, al igual que la fotografía liberó a la pintura del ansia de la representación realista, las tecnologías digitales y la llegada de internet parecen haber desencadenado un proceso análogo de emancipación frente a la práctica fotográfica, que se reinventa al contacto con el vídeo, el cine, la ilustración computarizada, la interfaz y los sistemas interactivos. Tampoco hay que olvidar el papel central que este medio ha tenido —y sigue teniendo— en la formación de nuevos lenguajes. Con el fin de aumentar su grado de «realismo», la ilustración computarizada, tanto en el cine como en los videojuegos, asume criterios fotográficos como el punto de vista único, la disposición de las fuentes de luz y el encuadre. Es lo que Jay David Bolter y Richard Grusin denominarían proceso de «remediación»:[14] los nuevos instrumentos remodelan los viejos y estos se reinventan para responder a los desafíos que lanzan los primeros. Parafraseando a Comolli, podríamos decir que la revolución digital «se configura al mismo tiempo como el triunfo y la tumba de la fotografía». Mientras que algunas consecuencias de estos cambios socavan el medio tal y como lo hemos conocido históricamente, al mismo tiempo resulta imposible no reconocer la centralidad que esta «vieja» tecnología, en su nueva encarnación, ha ocupado dentro de este ecosistema visual contemporáneo.

Por ejemplo, el dúo parisino Gourau & Phong, formado por los artistas Benjamin Roulet y François Bellabas, afirma que cuando utilizan tecnologías como el 3D, la realidad virtual y la fotogrametría están aludiendo a la tradición fotográfica: «Nos definimos fotógrafos», explican, «todo nace de la fotografía».[15] La serie de imágenes que lleva por título Ville-Les-Bains, publicada por la Télévision Magazine francesa, representa un intento fascinante de repensar el reportaje en las revistas de moda, combinando el estilo visual de la fotografía de moda con la estética de la ilustración en tres dimensiones. El resultado es una historia contada con imágenes que incorpora influencias muy diversas, desde el retrato tradicional hasta las ambientaciones de los videojuegos, pasando por la escultura, el rendering y la impresión tridimensional. No obstante, hoy la fotografía ya no puede identificarse con un único objeto ni con una única acción: se ha convertido en algo multiforme y omnipresente que se reproduce constantemente —y no solo por las personas, sino también por las máquinas —, creando una base de datos en actualización permanente, un reservorio

visual que se expande de manera desordenada, lo que imposibilita cualquier proceso de catalogación.

El ejemplo más sorprendente de su omnipresencia lo representa Google Street View, el servicio online que nos permite dar paseos virtuales por el mundo gracias a vistas panorámicas de trescientos sesenta grados. Para realizar las imágenes, Google utiliza cámaras de fotos dotadas con múltiples objetivos, instaladas sobre el techo de una flota de coches. En el proyecto The Nine Eyes of Google Street View (2009), el artista canadiense Jon Rafman reunió un conjunto de instantáneas sacadas de la inmensa «alfombra» de disparos realizados por ese objetivo tan neutro y mecanizado. La serie fotográfica resultante, a la que acompaña un ensayo y un vídeo, se centra en la tensión entre la visión imparcial del mecanismo tecnológico, que ni elige ni juzga, y la tendencia del ser humano a buscar sentido y significado, e incluso voluntad, en todas las imágenes. Según Rafman, «es un modo de grabar el mundo que […] reflexiona acerca de nuestra experiencia moderna. En cuanto seres sociales, queremos sentirnos importantes para alguien, queremos que nos tengan en cuenta y nos consideren, pero la mayoría de las veces nos encontramos solos y en el anonimato».[16]

Jon Rafman, Nacozari de Garcia, Montezuma, Sonora, México, 2011; imagen de la serie Nine Eyes of Google Street View. Cortesía del artista

El artista vaga en solitario, como el único ser vivo en un mundo en el que el tiempo parece haberse congelado, en busca de imágenes significativas de situaciones dignas de ser recordadas, de un momento decisivo de memoria bressoniana. La suya es una visión de tipo voyerístico: nada de lo que hay a su alrededor puede tocarse o modificarse. Aquello que transmite la impresión de estar en un continuo presente es, en realidad, un gigantesco collage de momentos diferentes, todos detenidos en el instante en que la máquina ha sacado la foto. El espacio aparece como si fuera continuo, pero el tiempo está fragmentado; se convierte en una dimensión inescrutable.

Rafman no es el único que ha tratado esta cuestión en su obra. En los últimos años, numerosos fotógrafos han trabajado en la réplica del mundo creada por Google. Es el caso del alemán Michael Wolf: en su proyecto Street View —iniciado también en 2009 y dividido en siete capítulos temáticos— dirige la cámara fotográfica directamente a la pantalla del ordenador. También está Doug Rickard, quien, con su serie New American Picture, evoca la gran tradición de la street photography estadounidense. Asimismo, la exploración del mundo a través de su copia fotográfica —una forma singular de «turismo virtual»— es una práctica que no ejercen solo los artistas: son muchísimos los usuarios de internet que se adentran en Google Street View y comparten sus descubrimientos en blogs, foros y redes sociales. Existen sitios web especializados, como Google Sightseeing (cuyo lema es «Why bother seeing the world for real?», «¿Para qué molestarse en ver el mundo de verdad?»), y también herramientas para teletransportarse de forma aleatoria a distintos puntos del globo, como si se estuviera dentro de un videojuego o en los universos artificiales de Second Life: pulsando cualquier punto de la superficie terrestre, o bien dejando al software la posibilidad de elegir un destino, uno se puede encontrar en el centro de una concurrida ciudad o en medio de campos desiertos, en la acera de una calle de provincias o en la orilla de un lago, entre las casitas de un pueblo o en medio de unos rascacielos. Como el flâneur descrito por Baudelaire, se puede vagar sin una meta en busca de algo que nos impresione o simplemente disfrutar de la experiencia de ir a la deriva. Sin embargo, a pesar de las sugestivas analogías con la flânerie del siglo xix, ir desplazando la mirada a golpe de clic es algo que no tiene nada que ver con caminar por un espacio físico: el cuerpo permanece inmóvil, no hay luces ni sonidos ni olores; todo está detenido, como encerrado detrás de un cristal. Se trata de experimentar el mundo de manera abstracta y paradójica, algo que provoca una sensación capaz de combinar el vértigo que da la posibilidad con la frustración de la lejanía.

Otro enorme productor de imágenes es la red global de videovigilancia, un aparato compuesto por millones de cámaras repartidas por todos los rincones del mundo habitado. Muchos de estos dispositivos están conectados en red y un porcentaje significativo es accesible a través de la web, lo que permite explorar a tiempo real lugares cercanos y lejanos. Se trata, en su mayoría, de cámaras públicas que graban plazas y calles, pero también las hay en el interior de casas y de jardines privados. Al carecer de la protección

adecuada, sus imágenes se encuentran al alcance de todos, sin que sus propietarios tengan conocimiento de ello. Hasta hace unos años era posible visualizar este tipo de webcam introduciendo en un motor de búsqueda un fragmento de código concreto, pero hoy, gracias a la presencia de un cuantioso número de especialistas y de foros actualizados en todo momento que las localizan e informan de su existencia, es aún más sencillo.

Por lo general, estos dispositivos suelen recoger fotos y grabaciones de vídeo sin solución de continuidad con las que alimentan enormes archivos de imágenes que, en la mayoría de los casos, nunca serán vistas por el ojo humano; es decir, son imágenes producidas por y para las máquinas, analizadas por softwares de reconocimiento facial e interpretadas por algoritmos de machine learning cada vez más sofisticados cuyo funcionamiento puede llegar a resultarnos inaprensible en cualquier momento.

Si, por un lado, la idea de vivir en un panóptico gobernado por máquinas y algoritmos que trabajan al servicio de políticas de vigilancia global genera una inquietud legítima, y nos empuja de manera recurrente a reflexionar sobre qué estrategias adoptar para defender nuestra privacidad, la posibilidad de la existencia de un punto de vista no humano del mundo —desde los tiempos de Dziga Vértov hasta Google Car— supone una motivación interesante, ya que nos da una llave para deconstruir siglos de mirada antropocéntrica y nos permite volver a imaginar los objetos y la naturaleza desde una perspectiva distinta, capaz de captar aquello que suele permanecer escondido, ignorado o que simplemente se considera «irrelevante».

infinitas versiones y universos paralelos

Basta empezar a decir de algo: «¡Ah, qué bonito, habría que fotografiarlo!», y ya estás en el terreno de quien piensa que todo lo que no se fotografía se pierde, es como si no hubiera existido, y por lo tanto para vivir verdaderamente hay que fotografiar todo lo que se pueda, y para fotografiarlo todo es preciso: o bien vivir de la manera más fotografiable

posible, o bien considerar fotografiable cada momento de la propia vida. La primera vía lleva a la estupidez, la segunda a la locura.

italo calvino[17]

24 Hrs in Photos es el título de una instalación de 2012 en la que el artista y comisario holandés Erik Kessels imprimió todas las fotos que se subieron a la web de photo-sharing Flickr en un solo día. El resultado es una avalancha de papel que invade varias salas, desde el suelo hasta el techo: es la demostración concreta de una situación inédita de vertiginosa abundancia visual, además de la prueba de cómo, desde la invención de la fotografía hasta hoy, se ha ampliado el campo de lo visible de manera exponencial. Al principio, la ampliación, la cámara lenta, la imagen congelada, la fotografía microscópica y la aérea nos permitieron multiplicar nuestro campo visual y modificaron para siempre nuestra percepción del mundo. Después, la introducción del lenguaje digital ha hecho estas imágenes cada vez más maleables, incentivando la acción, la manipulación, el intercambio y el almacenamiento.

Se estima que cada día se suben a las redes sociales más de tres mil millones de imágenes, una cifra tan elevada que resulta inaprensible.[18] Esta obsesión por documentar el mundo, que ya en la década de 1970 Susan Sontag definió como «insaciabilidad del ojo fotográfico»,[19] ha seguido creciendo de manera imparable, incorporando prácticas y variantes nuevas: la posibilidad de apropiarse fácilmente de fotografías ajenas, de modificarlas y de compartirlas de forma instantánea ha generado un caleidoscopio de puntos de vista y, con él, una multiplicación de posibles realidades alternativas. También se debe considerar otra cuestión: ver se ha convertido en una acción capaz de provocar toda una serie de comportamientos que surgen de forma automática como un reflejo condicionado. La visión comprende dentro de sí el acto de «mostrar lo que se ha visto», desencadenando toda una serie de gestos que se suceden en una rápida secuencia: veo, fotografío, comparto. Pero esta secuencia no acaba ahí. La imagen se transforma en pieza de una conversación que, a su vez, genera otros contenidos y otros mensajes en un proceso potencialmente infinito y de resultados imprevisibles.

Erik Kessels, *24 Hrs in Photos*, 2012. Cortesía de KesselsKramer

Sobre la circulación de imágenes en la edad contemporánea, así como sobre la relación entre el original y la copia, trata el trabajo del artista austríaco Oliver Laric. Su proyecto Versions, una investigación aún en proceso que comenzó en 2009, es sin duda uno de los trabajos más estimulantes de los últimos años: iniciada como un videoensayo disponible en tres ediciones diferentes (2009, 2011 y 2012), se fue ampliando con la introducción de esculturas, instalaciones, fotografías y eventos. En palabras del artista, Versions existe en forma de «esculturas, aerografías de misiles, una conferencia, un PDF, una canción, una novela, una receta, un obra de teatro, una sucesión de pasos de danza, un largometraje y merchandising».[20] La que parece una definición divertida encierra la esencia conceptual del proyecto: la obra es una entidad inestable que se va transformando al adoptar la forma de objetos y de situaciones cambiantes. En la primera edición del vídeo, que

incluye diversos fragmentos de textos tomados de otros autores, Laric evoca los universos paralelos de las teorías de la física cuántica moderna y cita una frase del músico escocés Momus: «Cada mentira crea un mundo paralelo, un mundo en el que es verdad».[21] En la infinita galaxia de las imágenes, cada modificación del original, por grande o pequeña que sea, crea una nueva posibilidad, un desarrollo potencial para su historia, una huella que seguir, un micromundo.

En el primer vídeo de la serie de Laric hay también una referencia al género conocido como fake celebrity porn, o sea, a los vídeos que se realizan uniendo el cuerpo de una estrella del porno al rostro de un personaje famoso. Dos realidades diferentes se funden en una única imagen para crear una tercera que no es verdadera, pero sí creíble, a través de un proceso de collage que hoy nos resulta anticuado si lo comparamos con los vídeos que se hacen utilizando softwares de inteligencia artificial como FakeApp. En este sentido, Versions se anticipaba casi diez años a una situación que no se revelaría en toda su complejidad hasta hace poco: hoy la red está llena de deepfakes, objetos visuales falsos pero verosímiles que cuestionan de manera definitiva el carácter testimonial de las fotografías y de los vídeos. En la época de la manipulación, también la verdad, al igual que los objetos de consumo, se convierte en un bien personalizable.

Sin embargo, si bien la multiplicación de los puntos de vista es, por un lado, un instrumento capaz de alimentar el pensamiento crítico y de evitar la homologación, por otro, corre el peligro de transformarse en una trampa caleidoscópica. Incluso puede cambiar profundamente nuestra concepción de la historia: si todo se graba y se almacena, si nada llega a olvidarse realmente, la diferencia entre presente y pasado se hace cada vez menos evidente. En un mundo en el que todo se puede documentar, buscar, descargar y combinar, el revisionismo es un proceso perpetuo que afecta por igual a la historia pasada y a los acontecimientos contemporáneos. Como escribe Jaron Lanier: «El tiempo pasa a ser menos lineal y más amplio, expandiéndose como un mapa».[22]

Oliver Laric, Versions, 2009. Cortesía del artista y de Tanya Leighton Gallery, Berlín

Cuando, además, entra en juego la capacidad generadora del software, la inestabilidad de la imagen sintética se manifiesta en todo su potencial. La naturaleza numérica de las fotografías digitales modifica su historia, actuando sobre el código en tiempo real: datos y energía pueden infundir vida a objetos medievales que por su naturaleza están privados de ella. Es lo que hace el artista italiano Carlo Zanni cuando aprovecha la continua circulación de datos en internet para manipular el ADN de la fotografía y el cine. Su webfilm The Possibile Ties Between Illness and Success (2006), aun conservando la modalidad de goce contemplativo y una estructura narrativa clásica, se configura como un dispositivo metamórfico: no se trata de un objeto que haya adoptado una forma definitiva, sino de una plataforma

abierta que se deja modificar por procesos que están sucediendo en tiempo real. En la obra —una reflexión sobre el talento, el éxito y las patologías maníaco-depresivas— vemos que el protagonista muestra señales de una enfermedad. Las manchas que poco a poco van invadiendo su cuerpo las genera un software conectado con Google Analytics y se van propagando a medida que aumentan las visitas a la web, distribuyéndose sobre el cuerpo del autor según la proveniencia geográfica de los visitantes. En The Fifth Day (2009) se aplica esa misma idea a la fotografía: diez fotos hechas durante un trayecto en taxi por las calles de la ciudad egipcia de Alejandría se van modificado mínimamente, de manera casi imperceptible; las imágenes, que van pasando en loop por un slideshow, a primera vista parecen todas iguales, aunque en realidad ciertas partes van cambiando —de forma, de color o en otros detalles— mientras siguen las indicaciones de un algoritmo. Cada toma está relacionada con un dato estadístico diferente sobre la situación social en Egipto: el número de mujeres diputadas del Parlamento, el índice de percepción de la corrupción en el país, la tasa de alfabetización... La fotografía digital, generada por una secuencia de números que permite su codificación y su visualización, se manipula en su esencia más recóndita.

Carlo Zanni, The Possible Ties Between Illness and Success, 2006. Cortesía del artista

Las imágenes se editan de forma automática ante nuestros ojos, a través de un conjunto de datos que, a su vez, representa una abstracción de la realidad. El artista, que en muchos de sus proyectos ha anticipado las relaciones peligrosas que se pueden establecer entre la fotografía y los algoritmos, hace visible no solo el proceso de manipulación, sino también el papel que desempeña el ojo humano en ese escenario: nuestro ojo se ve obligado a confrontarse con todos sus límites, sobrepasado tanto por la cantidad de material visual como por su mutabilidad intrínseca.

el consumo de imágenes

Why is it drug addicts and computer aficionados are both called users?

clifford stoll[23]

Las imágenes circulan online en diferentes versiones y formatos; se comprimen, se cortan, se envían, se descargan. La información que contienen disminuye y cambia, los colores viran, los detalles desaparecen. Ya no son objetos para la contemplación, sino para el uso compulsivo: un consumo constante que casi parece deteriorarlas.

Al principio, la pérdida de definición parecía simplemente el precio que había que pagar por la circulación de contenidos, por su alta difusión. Pero, en realidad, la transmisión no es más que el inicio, la fase embrionaria de un proceso más amplio y con numerosas consecuencias: la facilidad de intercambio y de modificación de las imágenes, de hecho, lleva fácilmente a la apropiación, una condición que determina, en primer lugar, afección y, en segundo lugar, reinterpretación. En muy poco tiempo, estas dinámicas han conducido al surgimiento de un universo visual hecho de imágenes con grano, de mala calidad, manipuladas; son la expresión de una generación que siente predilección por la velocidad y la intensidad y no teme las interferencias.

En las últimas décadas muchos artistas han tratado la baja resolución como posibilidad estética, en paralelo al eterno interés por la distorsión y el ruido; un terreno de investigación con raíces muy antiguas, pero que en el universo digital y en internet ha adoptado una fisonomía concreta que suele asociarse con el llamado arte glitch. En este género artístico, los píxeles —elementos primarios de las imágenes informatizadas— se exponen y ensalzan; los errores se aprovechan y se investiga acerca de su capacidad para producir formas nuevas; la escasa información se recibe como una de las muchas posibilidades de la imagen.

Al igual que el fuera de foco en fotografía o la pincelada fragmentada en pintura, la foto digital «pobre» —como eficazmente la ha definido el artista Hito Steyerl—[24] ha asumido un importante papel en la cultura visual contemporánea. Por un lado, se trata del resultado de un proceso gradual de absorción de un determinado patrón estético dentro de las costumbres visuales cotidianas. Las imágenes llegan hasta nuestros ojos a través del ordenador o de un vídeo de YouTube que puede verse borroso porque se ha grabado con un móvil o bien porque se visualiza utilizando una conexión lenta. Por si esto fuera poco, los smartphones y las webcams son infinitamente más numerosos que los equipos profesionales, lo que da lugar a un panorama informativo en el que lo más común es encontrarse con imágenes con poca definición.

Hito Steyerl, How Not to Be Seen: A Fucking Didactic Educational .MOV File, 2013. Imagen CC 4.0 Hito Steyerl. Cortesía del artista, Andrew Kreps

Gallery, Nueva York, y Esther Schipper, Berlín

Sin embargo, sería reduccionista interpretar la difusión de la estética lo-fi como un mero efecto colateral de una limitación técnica aún por superar. Por otra parte, la imagen poco definida no es una criatura específica de la cultura digital, sino que tiene una larga tradición en la historia de la experimentación visual, que va desde el uso de las fotocopias hechas en la Xerox Art hasta el videoarte, pasando por el cine de vanguardia; por no hablar de la historia de la pintura, la escultura y la fotografía, que están llenas de ejemplos del uso del desenfoque y de aproximaciones sintéticas a la imagen.

El elemento central es el rechazo a celebrar la alta definición como un valor en sí misma, es decir, como prueba de fuerza —y, por tanto, de autoridad— en esta lucha diaria a golpe de imágenes. Como escribía Simonetta Fadda en un ensayo de 1999 sobre los orígenes del videoarte y del videoactivismo, «a la imagen de la realidad, con su nitidez, se le confiaría la función social de sustituir la propia realidad que reproduce, que es en sí misma sucia y contradictoria o, en una palabra: impresentable. La actitud que defiende la alta definición, por tanto, en realidad está impulsada por el deseo de higienizar y edulcorar el mundo».[25] Como ha ocurrido en el cine y en el vídeo, también en la web el problema de la oposición entre alta y baja resolución adquiere contornos políticos. El lo-fi es una elección liberadora que nace de la voluntad de ignorar y cuestionar tanto los cánones estéticos de la gran industria como las barreras legales del copyright: se prefiere la imagen formalmente imperfecta, en la que la fuerza del contenido convierte cualquier razonamiento estético en irrelevante; una imagen accesible, ya sea en sentido pragmático o filosófico. Además, la perfección de la alta resolución siempre lleva consigo la sospecha de la adulteración y, por tanto, mantiene una relación controvertida con el concepto de autenticidad, una tecla más que sensible en el debate de la cultura contemporánea.

Paradójicamente, una definición excesiva nos muestra imágenes menos realistas, acercando la estética de la fotografía a la de los gráficos 3D y creando un terreno estético híbrido y resbaladizo en el que lo natural y lo artificial acaban imitándose mutuamente. Un ejemplo esclarecedor lo encontramos en el proyecto HyperRealCG, lanzado a principios de 2015 por

Kim Laughton y David O’Reilly. Estos dos artistas, que siempre han estado interesados en los gráficos 3D, publicaron un blog sobre el tema en la plataforma Tumblr: los posts contenían imágenes que se presentaban como ejemplos de computación gráfica especialmente conseguidos, con una capacidad impresionante para imitar lo real; eran elaboraciones sintéticas tan sumamente bien hechas que parecían fotografías en alta resolución. El sitio web tuvo mucho éxito, salió en muchas revistas y generó una gran cantidad de comentarios que mostraban la sorpresa ante la capacidad de las máquinas a la hora de reproducir la realidad, como este del weblog Gizmodo: «Es increíble lo mucho que el arte llega a acercarse a la vida».[26] Víctimas de un fake particularmente grave, capaz de dejar al descubierto un nodo cultural tan sensible como es la relación entre realidad y ficción, los editores de los medios digitales no habían considerado la posibilidad de que las imágenes del blog fuesen fotografías de verdad y confiaban plenamente en lo que decían los pies de foto, que contenían detalles sobre el software utilizado y los tiempos de rendering.

El proyecto, eficaz a la hora de afrontar con medios sencillos un tema de gran complejidad, es un experimento social que demuestra conocer en profundidad el uso de los instrumentos de comunicación. HyperRealCG crea una realidad paralela simplemente al declarar su existencia, y da vida a un objeto —la página web— que no es real, pero que podría llegar a serlo en cualquier momento. Esto se consigue apoyándose en dos factores: la confianza férrea en la capacidad de mejora de los gráficos digitales y la existencia de un ecosistema editorial en permanente lucha para conquistar la atención de los lectores. Pero, sobre todo, plantea una pregunta: ¿aún somos capaces de distinguir una imagen «genuina» de otra manipulada o una imagen artificial de otra hecha con una cámara de fotos? Y ¿en qué medida nos sigue interesando esta distinción?

Una provocación similar, que viene a renovar el debate surgido a raíz de la aparición de nuevas aplicaciones de inteligencia artificial text-to-image, como DALL·E, Midjourney y Stable Diffusion —softwares capaces de crear imágenes de manera autónoma a partir de inputs textuales—, la lanzó el estadounidense de veintidós años Curt Skelton. A finales de agosto de 2022, este experto en VFX (efectos visuales) publicó en TikTok un breve vídeo, realizado junto con su colega Zahra Hussain, en el cual finge ser un «personaje fake construido a partir de una serie de programas que utilizan la

inteligencia artificial».[27] El post enseguida se hizo viral y confundió a millones de personas, reavivando la polémica acerca de los peligros relacionados con la capacidad de ciertas tecnologías de inteligencia artificial para simular la realidad. En entrevistas con varias publicaciones online, Skelton se muestra sorprendido por el hecho de que tantas personas hayan pensado que el contenido del post era creíble y se lamenta de que muy pocos usuarios se hayan tomado la molestia de comprobar la fiabilidad del vídeo entrando en sus perfiles de redes sociales: «No culpo a aquellos que han pensado que era real. Solo estoy decepcionado. Mi perfil de Instagram siempre ha estado enlazado a mi TikTok. El objetivo nunca fue engañar a las personas. Se han engañado ellas solas».[28]

el disparo de schrödinger

Pocas veces ha necesitado tanto la realidad ser imaginada.

chris marker[29]

Hoy la fotografía es como el gato de Schrödinger: está viva y muerta al mismo tiempo. Es un caso muy especial en la historia de los medios, pues se ha superado a sí misma sin quedarse obsoleta: ha sufrido un cambio radical y, a la vez, ha conservado y potenciado muchos de sus rasgos propios, como la inmediatez y la capacidad de penetrar en la vida cotidiana. Es una tecnología que tiene dos vidas paralelas: una de tipo residual, aquella que lleva a cabo un reducido grupo de personas que custodian su forma original y usan cámaras analógicas, películas y cámaras oscuras, y otra, transformada tecnológicamente, tan central que ha llegado a dominar nuestra experiencia del mundo. Está presente en la vida diaria, en el arte, en la política, en los contenidos de la industria mainstream y en los del underground más oscuro y recóndito.

La evolución que vive la fotografía no es únicamente de naturaleza tecnológica, sino que también es filosófica y social. El dato más relevante nos lo da su relación con los conceptos de realidad y verdad, que se ha vuelto profundamente ambivalente: por un lado, constantemente se hacen fotos que luego se muestran en la web y en redes sociales, como testimonios de lo vivido y como instrumento del autorrelato; por otro lado, se duda de la autenticidad de cualquier imagen. Otorgamos al objetivo de nuestros smartphones el honor de documentar nuestra vida, tanto en los momentos importantes como en aquellos irrelevantes, atraídos por la inmediatez del disparo fotográfico y seguros de su capacidad para representar la realidad de manera directa y veraz. Sin embargo, cada vez somos más conscientes de la existencia de procesos de manipulación; todos conocemos y utilizamos de forma cotidiana softwares de retoque fotográfico, ya sean programas profesionales o simples filtros de Instagram.

El ejemplo más llamativo de cómo nuestra posición frente a la fotografía ha llegado a ser peligrosamente fluctuante quizá sea el mundo de las imágenes virales: fotos que, de manera frenética, circulan todos los días en las redes sociales, generadas por una pulsión incontenible hacia el uso compartido. Estas fotos, ya sean de fenómenos naturales extraordinarios, de comportamientos ilícitos o de acontecimientos inventados a la ligera, suelen ser recibidas por los usuarios de las redes como pruebas y, por tanto, se publican para apoyar distintas teorías. Existe incluso una expresión, que ya forma parte del lenguaje de la web, para describir esa confianza que depositamos en la capacidad probatoria de las fotografías: «Pics or it didn’t happen», «Si no hay fotos, no ha pasado». Al mismo tiempo y en esas mismas plataformas, se cuestiona la veracidad de dichas imágenes en las que se reconocen sin sombra de duda las huellas de los programas de edición.

Lo que complejiza este escenario, al llevar la fotografía más allá de sus propios límites —a un terreno que cuestiona aquello que la define—, son los avances de la fotografía computacional, un sector tecnológico que sustituye los procesos ópticos por dinámicas computacionales. Gracias a tales innovaciones, cada vez es más frecuente que las imágenes no necesiten llegar a la fase de posproducción para ser modificadas: el mismo software con el que las hacemos toma muchas decisiones sin contar con nosotros. Y, aunque algunas de estas decisiones tienen un impacto mínimo (más luz, menos luz, colores ligeramente virados), otras son menos inocuas: la cámara

digital, el smartphone, pero también algunos programas de almacenamiento online, pueden decidir cambiar las imágenes sin nuestro conocimiento y otorgarles ciertas características en función de fotos que hemos hecho con anterioridad. O pueden fusionar varias fotos para obtener una tercera imagen «perfecta», que, eso sí, documenta un momento que nunca ha existido. Es lo que le ha ocurrido al investigador de inteligencia artificial Robert Elliott Smith, que habla de ello en un artículo titulado «It's Official: AIs Are Now Re-Writing History»,[30] publicado en 2014 en la revista Petapixel. Smith cuenta que subió unas fotografías que había hecho durante un viaje por Francia a su cuenta de Google Plus, que ofrece la posibilidad de crear y compartir álbumes de fotos y posee un sistema automático de optimización llamado AutoAwesome. El software, además de proponerle filtros y correcciones de encuadre y de balance de luz y de color, juntó dos fotografías para obtener una imagen en la que las dos personas fotografiadas sonríen en el mismo momento. Si bien en el caso de una foto de vacaciones la intervención silenciosa de la inteligencia artificial no hace más que crear la postal de un recuerdo ideal, sin alterar de manera sustancial el sentido de la escena retratada, esa misma acción podría ser mucho menos inofensiva en otros contextos. «Imaginad que os encontrarais ante una foto de Obama y de Putin juntos y sonriendo, alegres como dos amigotes, en una rueda de prensa sobre Ucrania. Pienso que el hecho de que los algoritmos puedan crear con total autonomía momentos tan simbólicos como podría ser ese tendría que preocuparnos», escribe Smith.[31]

En un artículo publicado por The New Yorker en marzo de 2022, el periodista Kyle Chayka explica que hay casos en los que la inteligencia artificial puede transformarse en un obstáculo insuperable para los fotógrafos que utilizan smartphones. En particular, se refiere a los modelos más recientes de iPhone, pues «fuerzan» algunas opciones sin darle al usuario la opción de eliminarlas: «Gregory Gentert, un amigo que es fotógrafo de arte en Brooklyn, me dijo: "He intentado sacar una foto con el iPhone cuando la luz se pone azulada, hacia la caída de la tarde, pero es una de las cosas que el iPhone intenta corregir". Modifica la luz púrpura del crepúsculo y la elimina, porque ese tono lo ve como indeseable, lo considera un defecto y no algo propio de ese momento. El dispositivo "ve las cosas que estoy intentando fotografiar como un problema que debe resolver"».[32]

La manipulación de la imagen no supone una novedad para la historia de la fotografía; existe bajo distintas formas desde los tiempos del daguerrotipo. Pero ahora también el concepto de posproducción se está quedando obsoleto y nos lleva hacia una época de imágenes constitucionalmente híbridas. En algunos casos hasta el referente desaparece, pues la fotografía nace como un sueño de la máquina transformado en imagen. Los algoritmos de machine learning son capaces de generar fotografías que reproducen lugares, personas y situaciones que nunca han existido: reelaboran una gran cantidad de datos proporcionados por los seres humanos y pasan por su tamiz millones de fotos de las que aprenden lo máximo posible. Por poner un ejemplo, el software GauGAN de Nvidia es capaz de transformar sencillos dibujos hechos por el ordenador, bosquejados rápidamente con unos cuantos trazos, en imágenes de una perfección fotográfica.

Un comentario sobre este nuevo escenario, en el que el código contamina la fotografía y el vídeo, nos llega de la serie de vídeo Crying Games (2015) del artista estadounidense Josh Kline. Usando un software de fuente abierta de face-substitution, Kline superpone las caras de Tony Blair, Condoleezza Rice, Donald Rumsfeld, George W. Bush y Dick Cheney sobre las de actores. En los vídeos estos personajes visten ropa de prisioneros de guerra y piden disculpas, algunos llorando, por las consecuencias de sus actos políticos. A través de medios sencillos, pero muy eficaces visualmente, la tecnología le permite mostrar un futuro alternativo: una operación de revisionismo histórico que cambia de signo y se transforma en un instrumento de reflexión crítica sobre nuestro presente y nuestro pasado más reciente.

Otro factor de inestabilidad para la imagen digital lo encontramos en la información que la acompaña. Cada archivo puede enriquecerse con datos añadidos sobre su proveniencia, sus características técnicas y, a veces, también sobre su contenido. Esta información, que en parte genera el dispositivo que produce las imágenes y en parte se añade después, se conoce en la jerga técnica como metadatos: un instrumento fundamental para orientarse en el mar de imágenes en formato digital que circulan por las redes. Los metadatos son una guía tanto para los humanos como para las máquinas, ya que han sido concebidos como instrumentos de catalogación y de comprensión semántica. Sin embargo, estos datos se pueden modificar, manipular y eliminar en cualquier momento: un mínimo cambio en su

estructura redefine el contexto al que hace referencia una imagen, su difusión futura y, en general, su grado de visibilidad.

David Horvitz, Mood Disorder, 2012-en curso. Cortesía del artista y de ChertLudde, Berlín

En el ensayo Notes on the Margins of Metadata; Concerning the Undecidability of the Digital Image, Daniel Rubinstein y Katrina Sluis explican que «en el momento en el que la fotografía se convierte en un objeto hecho con código y se introduce en una red, su aspecto visual deja de ser lo importante frente a los procesos semánticos propios de la cultura computacional. A su vez, este fenómeno transforma la fotografía en una suerte de superficie inestable que ya no produce significados a través de la

indicalidad o la representación, sino por medio de la agregación y la tipología de los datos».[33]

Un experimento de gran eficacia sobre la propagación de imágenes en internet, que también guarda relación con la información a las que estas se asocian, es el proyecto Mood Disorder, iniciado por el estadounidense David Horvitz en 2012. El artista se sacó una foto a sí mismo en una pose de desesperación, con las manos en la cabeza y de espaldas al mar. La idea era transmitir un sentimiento de ansiedad, tristeza y depresión. La elección de la pose y de la composición de la imagen, eficaz pero estereotipada, proviene de un proyecto anterior: el libro Sad, Depressed People, en el que Horvitz recogía una colección de imágenes de archivo sobre los trastornos del estado de ánimo. Al mismo tiempo, intencionadamente, la foto hacía alusión a una de las obras fundamentales del arte conceptual de los años setenta del siglo pasado: el vídeo de Bas Jan Ader I'm Too Sad to Tell You. Horvitz sube la imagen, libre de derechos, a la página de Wikipedia de «Mood disorder» y rápidamente empieza a circular por blogs, artículos de periódico, redes sociales y anuncios y a usarse para fines muy diversos. Así, el artista se infiltra en el sistema mediático y este, de manera inconsciente, absorbe su contenido y lo readapta a sus propias necesidades. La consecuencia más directa y visible de esta nueva situación —un ecosistema en el que el objeto visual está sujeto a continuas fluctuaciones de significado— es el surgimiento de una actitud no ya escéptica, sino absolutamente apática. El contacto permanente con informaciones dudosas y con imágenes poco fiables nos lleva a desarrollar una técnica defensiva contra el constante riesgo de ser engañados. Estas estrategias pueden desarrollarse hasta acabar derivando en una completa e impenetrable indiferencia. Aún peor: la apatía frente a la realidad es una condición mental que nace del escepticismo, pero que fácilmente se transforma en una peligrosa y paralizante incapacidad a la hora de habitar la realidad y de tomar cualquier tipo de decisión activa ante ella.

en la tierra media

En la eternidad, sin embargo, no hay tiempo, como ves: la eternidad es un instante, lo suficiente largo para una broma.

hermann hesse[34]

El formato GIF (graphics interchange format), el primero que permitió introducir elementos animados en las páginas web a través del montaje de una sucesión de fotogramas en un archivo de imagen, se utiliza desde los inicios de internet. Sin haber llegado a desaparecer del todo —y a pesar de haberse quedado rezagado con los años, debido a la llegada de sistemas más avanzados, como Flash, HTML5 o HTML6—, en los últimos tiempos ha protagonizado un amplio movimiento de revalorización, dando lugar a una corriente que incluye la recuperación de varios elementos considerados obsoletos: fotogramas, fuentes 3D, archivos MIDI y botones. Componentes todos ellos de un léxico diletante, alejado del refinamiento del diseño web contemporáneo, al que la artista rusa Olia Lialina ha dado la acertada definición de «vernáculo».[35]

La reaparición de un tipo de archivo que parecía destinado a la obsolescencia, y la asombrosa efervescencia creativa que trae consigo, es un fenómeno en el que todos estamos implicados, no solo la comunidad artística. Los GIF animados son una plataforma abierta y maleable, transversal y popular, económica y accesible: son fáciles de hacer, pesan poco y se pueden leer desde cualquier navegador. Se utilizan como vehículo de expresión para fines cómicos o paródicos, pero también como elemento lingüístico, al igual que los emoticonos: los llamados «reaction GIFs» que encontramos en las conversaciones en redes sociales, en los chats y en los correos electrónicos refuerzan la expresión de nuestras emociones y de nuestros estados de ánimo. El exitazo de los GIF se debe, en gran parte, a su capacidad de resistencia dentro de un mundo digital donde el umbral de atención de los usuarios es cada vez menor y su capacidad de concentración cada vez más breve al verse sometida a estímulos que se solapan continuamente.

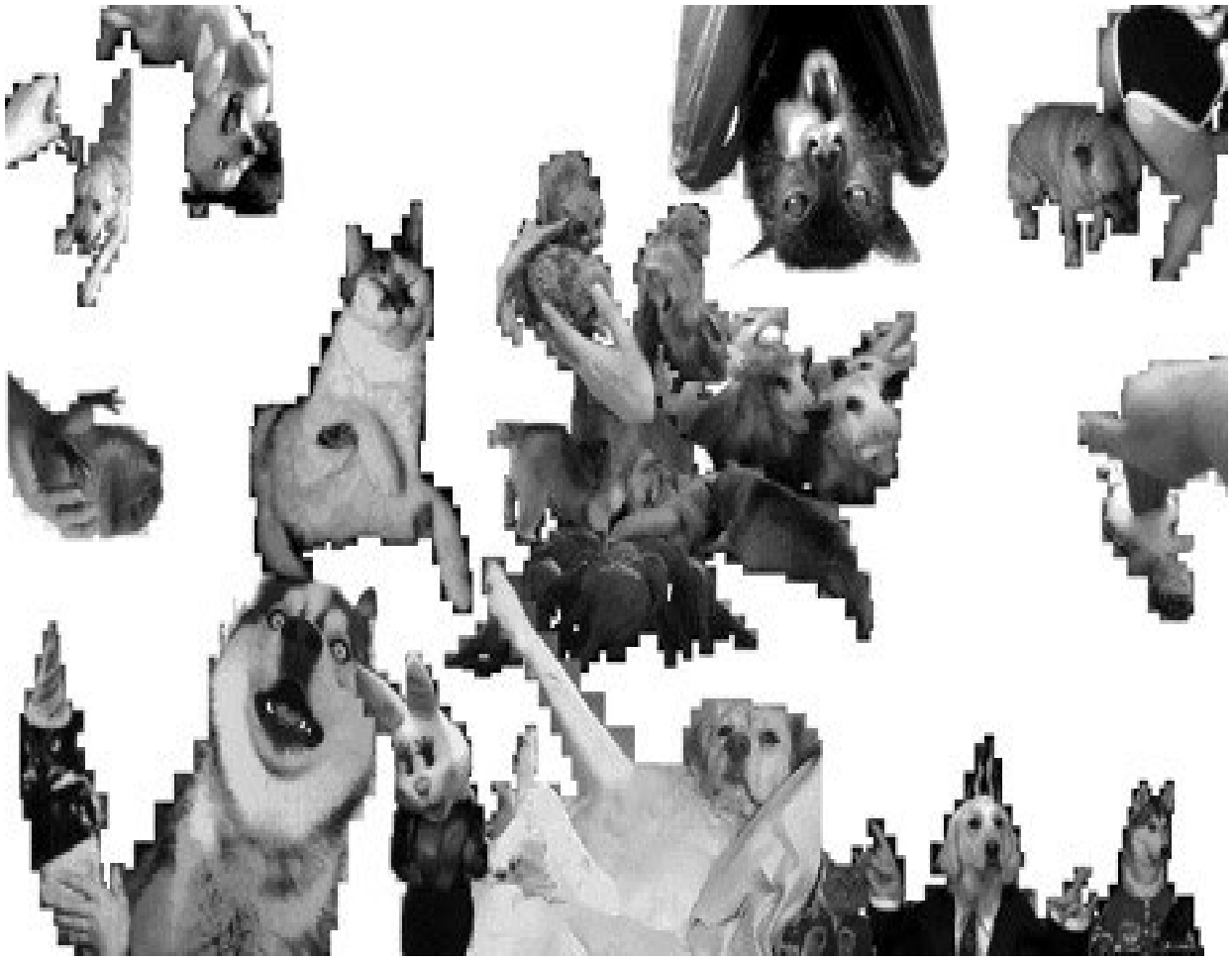
A medio camino entre la fotografía y el vídeo, en la tierra media entre la imagen fija y la imagen en movimiento, los GIF animados son el contenido

perfecto para la era de la multitarea: «Una especie ubicua de “minicine” que ha nacido del ordenador personal y del World Wide Web», en palabras del artista Tom Moody.[36] La referencia al cine es muy pertinente, sobre todo si pensamos en los orígenes de la técnica cinematográfica, cuando se experimentaba con unos cuantos fotogramas y nacían los primeros dispositivos mecánicos basados en la persistencia de la imagen en la retina, como el trampantojo y el fenaquistiscopio.

De hecho, muchos proyectos artísticos evocan la conexión con la época del precine; entre otros, el Giphoscope de Okkult Motion Pictures, el tándem formado por los italianos Alessandro Scali y Marco Calabrese. El dispositivo, descrito como un «GIF player analógico», transporta las breves animaciones desde la página web a la tridimensionalidad del objeto; se inspira en el mutoscopio, una máquina creada por Herman Casler a finales del siglo xix que funciona con el mismo principio que los folioscopios: cada fotograma está impreso en una página y se pasa de un fotograma o a otro con una palanca que se gira manualmente.

Otra conexión relevante con el mundo del cine y del videoarte es el concepto de loop como dispositivo de repetición cíclica. Aunque no se trata de un elemento constitutivo del formato —no todos los GIF están programados para que se repitan hasta el infinito—, la inmensa mayoría de las veces esta característica se aprovecha de manera consciente y eficaz, porque la repetición circular de una secuencia refuerza el efecto emotivo que contiene, ya sea cómico, surrealista, alegre o inquietante. En ocasiones, el GIF se transforma en una auténtica «cita animada», aprovechando el amplísimo repertorio de imágenes en movimiento que ha producido la cultura popular a través de películas, animaciones y programas de televisión.

Esa misma cuestión se destaca en un ensayo escrito por Sally McKay en 2009,[37] en el que se refiere al concepto de affect según lo entiende Brian Massumi; este lo describe como «un estado de suspense, potencialmente de ruptura. Es como un pozo temporal, un agujero en el tiempo, por nuestra manera de concebirlo e interpretarlo bajo la forma de una narración».[38] La capacidad de actuar sobre la dimensión temporal, dando vida a un estado de suspensión, consigue intensificar enormemente el mensaje, lo aísla en su momento álgido y lo repite para maximizar su eficacia.



Lorna Mills, Histokay, 2015. Cortesía de la artista

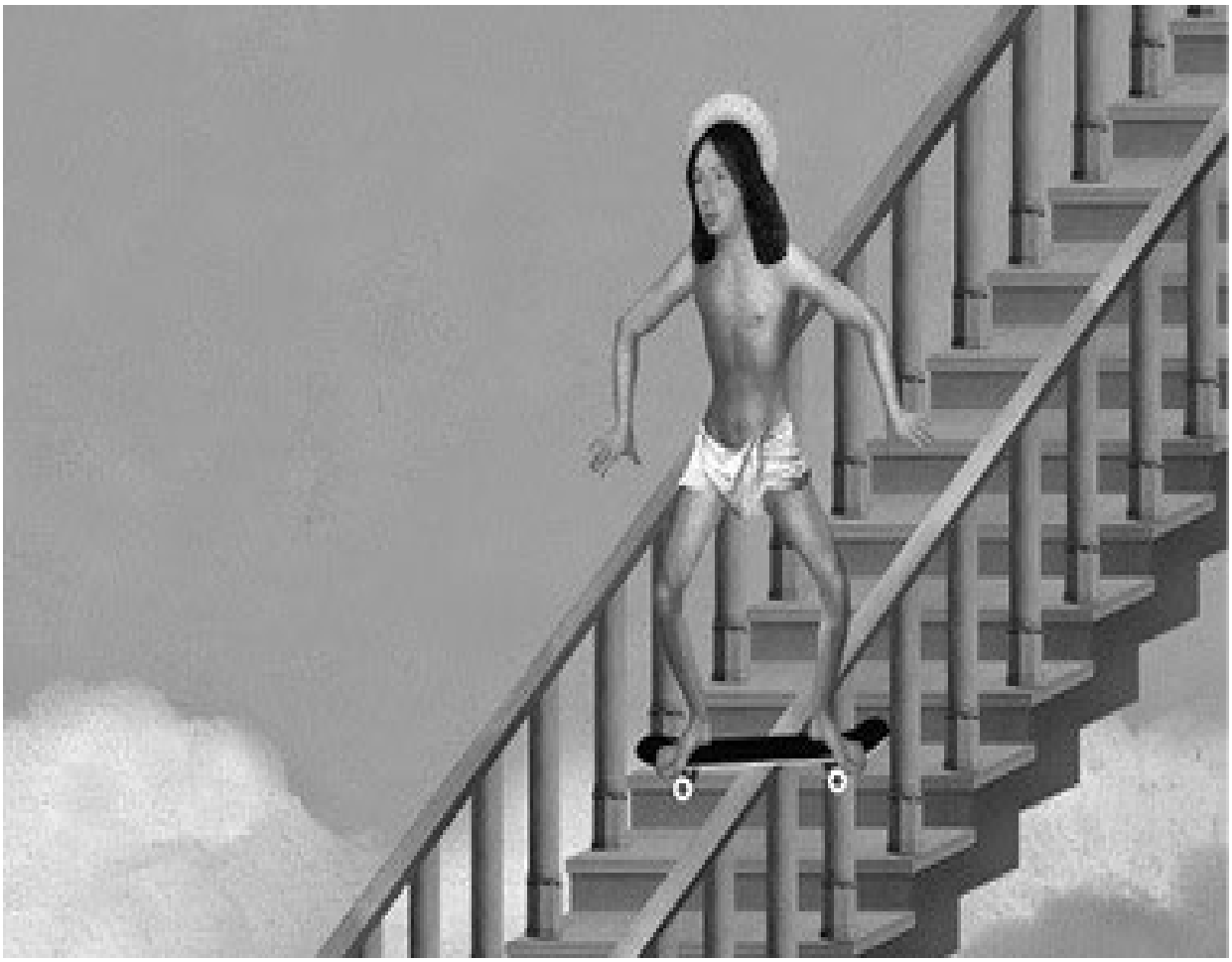
Hoy muchos artistas utilizan este formato, introduciéndose dentro de un vasto movimiento que se caracteriza por su transversalidad y su popularidad para adaptarlo a diferentes fines expresivos. Es el caso, por ejemplo, de la canadiense Lorna Mills, que no ha dejado de usarlo desde 2005, cuando aún eran pocos los que se enfrentaban creativamente con una tecnología como los GIF, considerada antigua y limitante. Era la época de los llamados surf club, sitios web en los que la gente se reunía para intercambiar sus trabajos y también los descubrimientos hechos durante sesiones interminables de navegación; en ese momento, a aquellos que estaban dispuestos a adentrarse en sus profundidades la web empezaba a enseñarles su rostro más extravagante: un mundo hecho de rarezas, perversiones, singularidades; el

reino de la diversidad más variopinta y extrema. Precisamente Mills echa mano de ese imaginario al introducir en sus GIF —rigurosamente pixelados para subrayar la naturaleza de los archivos comprimidos y de baja resolución — fragmentos de vídeos y de imágenes que encuentra navegando por la red. El resultado es una estética de la disonancia que el ojo captura tras realizar un esfuerzo de decodificación de la imagen, la cual a primera vista parece simple y esencial, aunque en realidad está llena de detalles y ha sido sometida a un meticuloso montaje.

Otro caso muy especial es el del también canadiense James Kerr, más conocido por su seudónimo: Scorpion Dagger. En sus GIF, realizados a partir de la animación de cuadros de estilo renacentista nórdico, en su mayoría pertenecientes al primer Renacimiento, transforma los ambientes fríos de la pintura antigua en deliciosas comedias negras, mezclando lo sagrado y lo profano y ridiculizando algunos aspectos de la religión a través de la refinada arma de la ironía visual. Las producciones de Kerr —ha publicado durante mucho tiempo un GIF al día en sus redes, con lo que ha cosechado una legión de seguidores— siempre han tenido una doble vida, ya que viven dentro del mundo del arte, pero también fuera de él: se exponen en muestras y en museos a la vez que participan de lleno en la cultura visual de la web, pues miles de usuarios de todo el mundo se hacen eco de ellas. Son el ejemplo más conocido y conseguido de un género de contenido viral que reelabora las iconografías de la pintura antigua. Estas imágenes sacan partido del efecto cómico, irónico y desconcertante que produce la combinación de imágenes antiguas con objetos y mensajes contemporáneos: a veces se trata de una simple yuxtaposición de textos sobre el contenido original, que permanece inalterado, mientras que en otros casos interviene gráficamente en las imágenes y genera fulminantes cortocircuitos estilísticos y culturales. Se trata de un subgénero muy interesante, con características propias, en el que también encontramos el género específico sobre iconografía medieval (Medieval Reactions): el aspecto grotesco y extraño de las esculturas y miniaturas de ese periodo histórico, de hecho, se presta a ilustrar bromas y comentarios sobre la actualidad, así como a definir sentimientos y situaciones contemporáneas.

Hay que tener en cuenta un último contexto: aquel que surge del encuentro entre los GIF animados y la fotografía más tradicional. En este caso, las limitadas pero efectivas capacidades de movimiento del formato GIF sitúan

la imagen en un limbo entre la foto y la secuencia cinematográfica. Este encuentro se da en ambas direcciones: cuando el movimiento se detiene, limitándolo y loopándolo, y cuando se introduce artificialmente donde no estaba presente. El fotógrafo mexicano Jaime Martínez, por ejemplo, obtiene un efecto cinemático minimalista al añadir a sus fotos una inyección de vida y de tridimensionalidad que recuerda, desde el punto de vista estético, a las viejas postales 3D o a aquellas estereografías del siglo xix que ofrecían al observador una ilusión de movimiento a partir de la yuxtaposición de dos o más fotos. Como si se tratara de discos rayados, las fotografías animadas de Martínez representan una serie de momentos congelados en el tiempo, bloqueados, siempre a punto de empezar de nuevo.



James Kerr / Scorpion Dagger, Rail, 2014 (actualizado en 2018). Cortesía del artista

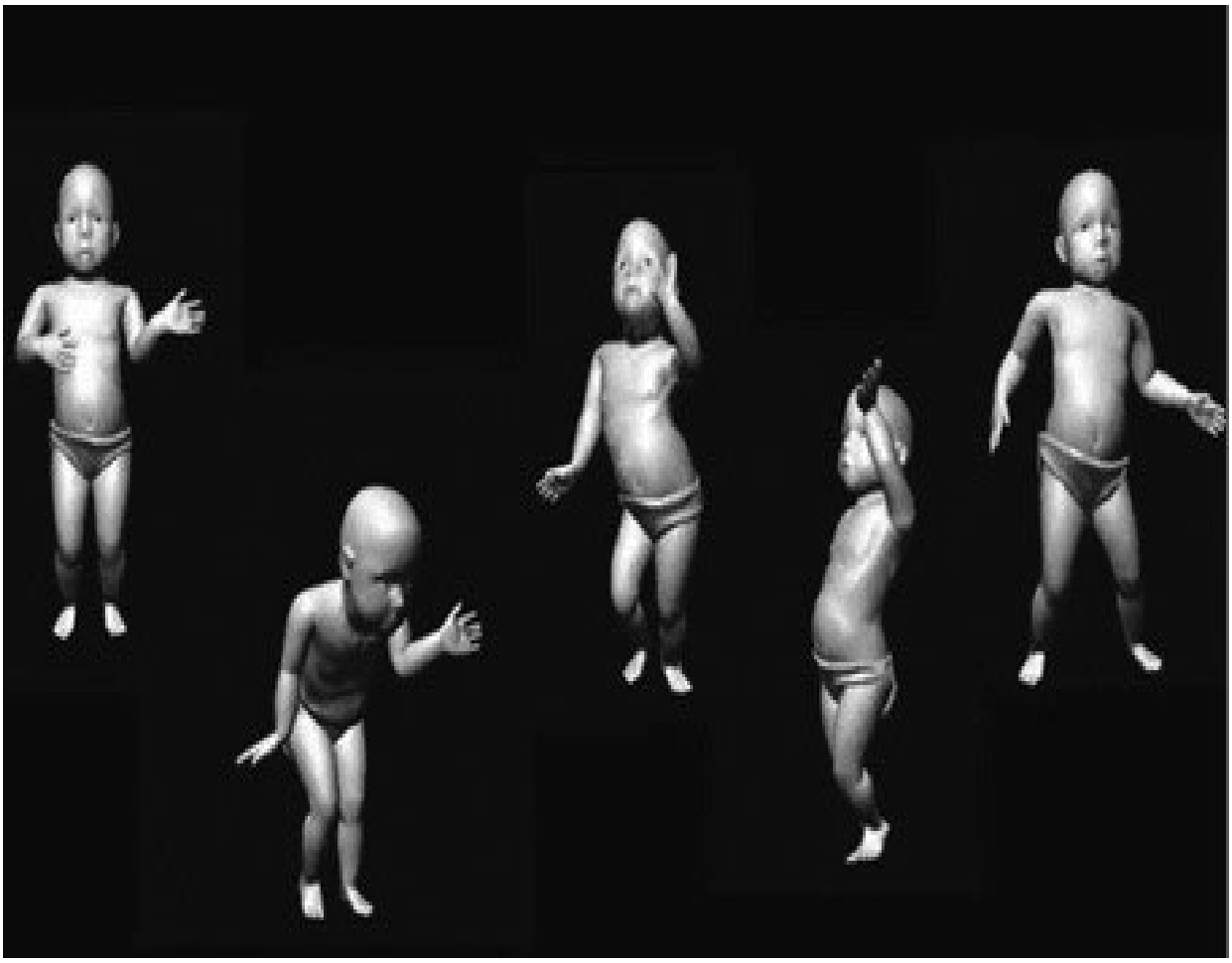
SISTEMAS REPLICANTES

virus mentales y trabajadores aburridos

Todos somos sensibles al atractivo de las ideas virales. Como la histeria colectiva. O una canción que se te mete en la cabeza y que no paras de canturrear hasta que se la contagias a otra persona. Los chistes. Las leyendas urbanas. Las religiones excéntricas. El marxismo. No importa lo perspicaces que seamos, porque siempre tenemos esa profunda vertiente irracional que nos convierte en potenciales portadores de información autorreplicante.

neal stephenson[39]

En el duodécimo episodio de la primera temporada de Ally McBeal , la protagonista sufre unas alucinaciones muy curiosas. La serie se estrenó en Estados Unidos el 5 de enero de 1998 en la cadena Fox. Cuenta la vida de una abogada, interpretada por Calista Flockhart, que se debate entre el deseo sexual y un fuerte sentimiento de culpa por la pulsión carnal que siente, carente de todo compromiso afectivo. Para hablar del reloj biológico de Ally, que aparece bajo la forma de una visión traviesa, en lugar del tradicional tic-tac, los guionistas utilizaron una imagen en 3D de un bebé bailarín. Este bebé, que solo lleva un pañal, atormenta a la protagonista con apariciones repentinas, bailando la melodía de la canción de B. J. Thomas «Hooked on a Feeling (Ooga Chaka)». La graciosa criatura virtual, conocida como The Dancing Baby o The Baby Cha-Cha , volverá a aparecer en otros episodios de esa temporada y acabará en numerosos productos culturales mainstream : un anuncio de Blockbuster, el videojuego Silent Hill 4 y un episodio de Los Simpson , entre otros.



The Dancing Baby, imagen encontrada

Mientras que para el público de la serie el bebé bailarín era solo un recurso narrativo (aunque enseguida se ganó un lugar de honor en el corazón de los fans), para los usuarios de la web esa imagen significaba mucho más. De hecho, The Dancing Baby (1996-1997) es reconocido universalmente como el primer internet phenomenon de la historia. El primero de una larga serie que empezó con la circulación a través del correo electrónico de GIF animados, wallpapers y screenmates y que saltó a la fama principalmente gracias a los vídeos virales que se difundían a través de YouTube.

Los «fenómenos» de internet son contenidos de distintos géneros que alcanzan una gran popularidad entre los asiduos a la red. Su canal de difusión es el boca a boca mediado por la tecnología y tienen como

característica fundamental la velocidad con la que se producen y difunden. El caso del bebé bailarín posee un significado particular, y no solo por haber sido el primero. El ejemplo más precoz de fenómeno web —y uno de los más longevos— contiene todas las características típicas de muchos de sus sucesores: fama accidental, difusión viral, generación de parodias y versiones modificadas, penetración en el circuito cultural mainstream. Tras salir en televisión, el bebé danzarín aumentó y reforzó su fama, generando millones de clones y de versiones modificadas de sí mismo hasta completar su ciclo vital, y produjo el efecto colateral primordial de cualquier de fenómeno viral digno de ese nombre: el de la infinita mutación.

En un ámbito tan rápido como internet, donde cualquier contenido puede editarse con la misma velocidad con la que se consume, el carácter metamórfico de un producto cultural se multiplica de manera exponencial. Y ahí es cuando aparecen los Dancing Baby vaqueros, motoristas, borrachos, agentes 007, prestidigitadores, fumadores, políticos y superhéroes. Por no hablar de las versiones danzarinas, en las que varía tanto la banda sonora como la coreografía. La capacidad que tenga un contenido de generar versiones modificadas, imitaciones y variantes satíricas es, en todos los casos, la clave del éxito.

La rapidez de difusión es el rasgo distintivo de estos fenómenos culturales: una tendencia replicante que han hecho posible, por una parte, la extrema accesibilidad de los instrumentos productivos y distributivos (condición técnica) y, por otra, el apabullante auge del do it yourself (condición cultural). Ambas condiciones están ligadas de manera indisoluble, se determinan la una a la otra, en cierto modo, y contribuyen a redefinir la producción visual contemporánea. Así describe Henry Jenkins, uno de los analistas más perspicaces de la cultura participativa, el proceso de apropiación de los contenidos mediales: «La confluencia no ocurre entre los bastidores de los medios, sino en los cerebros de los consumidores individuales y en sus interacciones sociales. Cada uno de nosotros se crea una mitología personal a partir de piezas y fragmentos de información, extraídos del flujo mediático y posteriormente transformados en recursos que den sentido a nuestra vida cotidiana. Visto que sobre cualquier tema tenemos a nuestra disposición más datos de los que nunca jamás ninguno de nosotros podrá llegar a almacenar, nos estimula más hablar entre nosotros de los medios que usamos».[40]

En este contexto, el vector más poderoso es la parodia: recalca los rasgos más reconocibles del modelo al que alude, burlándose de él, dándole la vuelta o bien transformando radicalmente su contexto (el término parodia proviene del griego y significa ‘en contra del canto’ o ‘al lado del canto’). Por otro lado, las características recurrentes de los contenidos virales son la ridiculización de la torpeza y del desliz, unidas al estilo amateur, el gusto por lo trash, por el remix y por el aire de aficionado. Especialmente este último representa una garantía de entusiasmo y de genuinidad en un momento en el que la construcción de la imagen se ha convertido en una ciencia, algo similar a lo que ya sucedía a principios del siglo xx, cuando la esencialidad y la espontaneidad de las expresiones arcaicas o exóticas se utilizaban como antídoto frente al agotamiento de la cultura occidental, que se consideraba decadente y artificial.

Hoy, sin embargo, el nuevo primitivismo coincide con lo amateur: a las manifestaciones culturales no profesionales, con baja definición, que no han sido editadas ni han pasado por el retoque fotográfico, que tienen una mala composición y son excesivas o groseras, se las considera portadoras de una mayor carga de «verdad». Esta tendencia, la misma que ha hecho exitosos géneros como los reality shows, está consolidada en todos los campos y coincide con el surgimiento de un contexto global donde la experiencia ya no se limita a recibir, sino al intercambio continuo. Es el caso del ya citado citizen journalism y también de la red internacional de blogs y revistas online realizados por una sola persona desde el salón de su casa; e incluso del éxito de lo amateur en el ámbito del porno, que ha terminado, hasta casi hacerlo desaparecer, con el estilo lustroso de las grandes producciones cinematográficas y de publicaciones como Playboy.

La niña afgana de Steve McCurry con el rostro de Marty Feldman, imagen encontrada

Charles Leadbeater denomina a esta nueva ola cultural «digitally enabled folk culture» y remarca su carácter auténticamente popular: «El acercamiento social a la creatividad impulsado por la web está dando una vida nueva a una de las formas más antiguas de creatividad —la folk—, al permitir a una multitud de aficionados producir y compartir contenidos hechos por ellos mismos».[41] A su vez, el potencial creativo y la fuerza comunicativa de la cultura de movimientos de bases se han incorporado en los medios tradicionales, así como en el ámbito de la publicidad en todo el mundo, dando lugar al llamado viral marketing. Este, creado para revitalizar un sector que se estaba quedando sin ideas y corría el riesgo de difuminarse, recurre cada vez más a contenidos generados por los usuarios.

El ámbito económico es un factor que suele pasar desapercibido cuando se habla del nuevo ecosistema de las imágenes, ensombrecido por diversas y obvias consideraciones de tipo tecnológico, sociológico y artístico. Sin embargo, se trata de un elemento fundamental para comprender los nuevos comportamientos y analizar la naturaleza de los contenidos que se producen y difunden. La familiaridad con el ordenador —que es al mismo tiempo un instrumento de trabajo y una fuente inagotable de formación y distracción— y el acceso permanente a la red, junto con una profunda sensación de aburrimiento e insatisfacción, son los ingredientes claves del escenario actual. El estadounidense Jonah Peretti —exdirector del departamento de investigación y desarrollo del Eyebeam Art and Technology Center de Nueva York, además de fundador de Buzzfeed— llama la atención sobre el papel vital del capitalismo cognitivo en la creación de una alternativa a los medios corporate e imagina un ejército de productores de contenidos no oficiales que, desde detrás de las pantallas de sus terminales, manipulan sin cesar textos e imágenes para compensar la frustración que les provoca su trabajo: «El capitalismo global ha producido centenares de miles de trabajadores aburridos, que se sientan delante del ordenador a enviar correos y a navegar por la web, creando sin saberlo una red: la Bored at Work Network (BWN)».[42] Por tanto, también debe leerse bajo este prisma la ola de user content que está transformando radicalmente la forma en la que concebimos el arte, la creatividad y la producción de contenidos en general. Una ola que ha ido creciendo poco a poco y de manera constante, neutralizando día a día sistemas, jerarquías y convenciones al introducir una variable caótica e imparable que aniquila cualquier intento de sistematización.

la jungla de los memes

Interactividad. Comunicación entre muchos. Redes omnipresentes. Nuevos términos fastidiosos para elementos tan fundamentales en nuestras vidas que, antes de perderlos, ni siquiera sabíamos que teníamos palabras para describirlos.

douglas adams[43]

Hoy, como nunca antes, toda la historia de las imágenes se muestra ante nuestros ojos en un presente continuo. Se descargan, se modifican y se remezclan. Las imágenes del pasado se funden con las del presente, las historias actuales se narran utilizando esquemas narrativos antiguos y viceversa. A su vez, las obras de arte han pasado a ser plantillas sobre las que se insertan mensajes contemporáneos: La Gioconda se convierte en un selfie, la Venus de Milo baila en un GIF animado, los comentarios de Snapchat pasan a ser pies de foto en un cuadro de Caravaggio, El grito de Munch tiene la carita amarilla de un emoticono y los Lolcats se sientan dentro del urinario de Duchamp. Es un juego serio en el que todos participamos día tras día, usando los elementos culturales del presente y del pasado como si fueran ladrillos de una construcción que continuamente se monta y se desmonta. La circulación de contenidos ha llegado a ser tan trepidante como para inducir a críticos y periodistas a utilizar adjetivos que toman prestados del campo de la biología: contenidos «virales», mind virus, medios «contagiosos»… Pero, principalmente, ha surgido algo que hace referencia a una popular teoría científica nacida en los años setenta, al albur del abrumador auge de la investigación genética: la llamada «memética».

La memética postula la existencia de entidades llamadas «memes» que desarrollan la misma función que los genes en la evolución genética, pero dentro de un contexto cultural. El término, que fue acuñado por Richard Dawkins en su controvertido ensayo El gen egoísta[44] (1976) y que tiempo después Susan Blackmore retomó en La máquina de los memes[45] (1999), se describe como un «virus de la mente», subrayando su capacidad de replicarse y echar raíces en el imaginario colectivo: «Al igual que los genes se propagan en un acervo génico al saltar de un cuerpo a otro mediante los espermatozoides o los óvulos, los memes se propagan en el acervo de memes al saltar de un cerebro a otro mediante un proceso que, considerado en su sentido más amplio, puede llamarse de imitación».[46] En este sentido, la propia palabra meme se ha convertido a su vez en un meme —y de los más resistentes, como señala Limor Shifman en un ensayo publicado en 2013—.[47] Tras pasar del campo de la biología al ecosistema de la web, el

término ha sido adoptado por usuarios, periodistas y teóricos hasta acabar transformándose en una palabra de uso común.

El elemento característico del meme, que comparte la definición original con la nueva versión digital, es su capacidad de contagio, es decir, de arraigar y expandirse viajando de una mente a otra, de una persona a otra, de un ordenador a otro y, en ocasiones, a una velocidad increíble. Un factor determinante que distingue el meme de Dawkins de esos otros que viven en la red es la intervención humana. De hecho, a pesar de la retórica sobre la viralidad de los contenidos, cada vez está más claro que la creación y circulación de los memes no se produce por un simple contagio (aunque sea esta una metáfora sugerente y, en cierto sentido, eficaz), sino gracias a la voluntad creativa y comunitaria de los usuarios; de ahí que Henry Jenkins propusiera sustituir el término viral por otro más preciso: spreadable.[48]

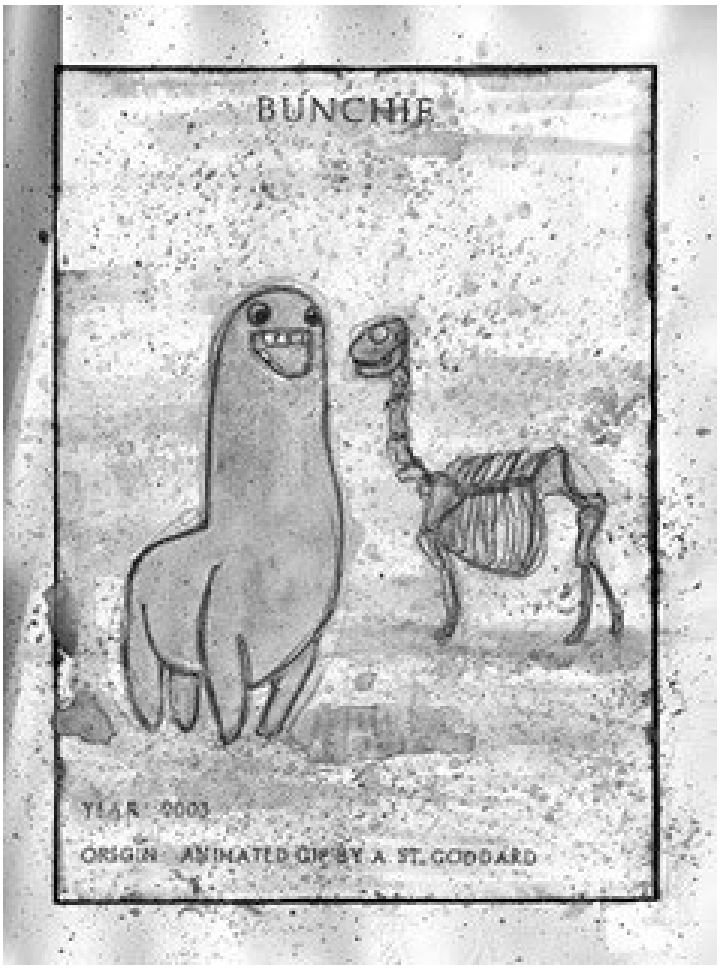
No son contenidos «infectados», sino que están dotados de un potencial específico: su alto grado de «compartibilidad», una clase de atractivo muy particular, fruto de una suma de factores que no siempre son fáciles de individualizar ni de explicar. La dinámica más interesante —sobre todo para quien, como en el caso de los artistas, trata con imágenes de manera cotidiana— no se refiere tanto al número de veces que se comparte un determinado contenido, sino más bien a las metamorfosis que dicho contenido experimenta por el camino.

Es impresionante la desenvoltura y la habilidad con las que los usuarios se apropian de un objeto y lo reinterpretan. De ciertas imágenes existen innumerables versiones, cada una con su propio mensaje, que solo adquieren pleno significado cuando se leen dentro de una secuencia que a veces puede ser larguísima. Básicamente, las imágenes se convierten en nudos de una red, en piezas de una narración que adquiere sentido y complicidad cuanto más amplio sea nuestro conocimiento de los componentes que la conforman.

Sin duda, existe una gramática del meme y, con ella, un sistema cultural, una tradición visual y lingüística que se va construyendo a lo largo del tiempo. Para quien no es un netizen, un ciudadano de la red, probablemente sea difícil comprender esta tradición y sus productos: el mecanismo es el mismo de los inside jokes, solo que en este caso el círculo de «insiders» ha crecido a escala mundial pero fragmentado en muchas pequeñas comunidades, en

nichos dentro de los cuales los diferentes niveles de significado de una imagen (los famosos layers) pueden resultar más o menos comprensibles.

El ecosistema de las imágenes cada vez se parece más a una jungla, a un entorno en el que millones de especies se multiplican de manera incontrolada, convirtiendo en utopía el proyecto de establecer una taxonomía exhaustiva y eficaz. Pero, ya se sabe, la utopía, unida a la pasión por la construcción de sistemas narrativos alternativos, es el campo de acción favorito de los artistas. Por ejemplo, en su monumental y multiforme proyecto Contemporary Naturalism, el italiano Mauro Ceolin se sumerge con actitud científica en ese maremágnum y se concentra en la observación de formas de vida inmateriales que habitan nuestro presente en busca de una posible «biología del imaginario colectivo». La modalidad programáticamente interdisciplinar del proyecto, en el que interactúan el arte y la ciencia, es en sí misma un claro statement: la cultura funciona como un ecosistema interconectado y, hoy más que nunca, el artista no puede prescindir de una mirada amplia que tenga en cuenta esta complejidad. A fin de cuentas, el tema central es la diversidad; una diversidad que siempre ha estado presente en el mundo, pero que con la existencia de la red se ha hecho visible en toda su desconcertante amplitud.



Mauro Ceolin, memeZoology, 2013. Cortesía del artista

Internet se erige cada vez más en el reino de las alternativas: un escenario en el que minuto a minuto se representa cualquier versión posible de la realidad, haciéndonos tomar conciencia de los infinitos puntos de vista y de las innumerables maneras de estar en el mundo. En semejante escenario, el trabajo de Ceolin supone un intento inusual de tomarse en serio una cultura emergente que suele computar como mero entretenimiento. Su carácter lúdico no hace a los memes elementos menos relevantes; es más, a menudo se convierte en la estructura sobre la cual construir y vehicular mensajes, una sintaxis compartida que facilita la interacción y la propagación de un sentimiento colectivo. El proyecto de Ceolin tiene en cuenta todos estos componentes, no solo su naturaleza «juguetona» e irónica, sino el surgimiento de una nueva manera de construir colectivamente el imaginario,

la fusión orgánica y desordenada de fuentes e influencias. Su trabajo consiste en señalar, como un sismógrafo, las tendencias culturales, introduciéndolas dentro de una narración consciente, de una historia que tiene en cuenta la tradición iconográfica y cultural de la que somos hijos.

Otro artista que se ha enfrentado al mundo de los contenidos virales es el estadounidense Cory Arcangel. En su proyecto Drei Klavierstücke op. 11, que publicó online en 2009, utilizó fragmentos tomados de ciento setenta vídeos de YouTube hechos por aficionados. Los gatos son los protagonistas absolutos de su meticulosa obra de montaje; los dueños los graban mientras ellos aporrean con las pezuñas, o con todo su cuerpo, las teclas de un piano. A base de cortar y montar el material originario, Arcangel reprodujo una famosa composición de vanguardia escrita por Arnold Schönberg en 1909, considerada el primer ejemplo de música atonal. El trabajo resultante fueron tres vídeos, que Arcangel también subió a YouTube, donde se mezclaron con millones de contenidos similares, gracias, entre otras cosas, al uso de las palabras clave «cute kittens» que aparecen expresamente en el título. Como explica su autor, el proyecto nace de una reflexión sobre el creciente parecido entre los vídeos de aficionados que están disponibles en internet y los ensayos de los artistas contemporáneos: «Este proyecto fusiona una serie de cosas por las que me he interesado recientemente; sobre todo, “gatitos”, basura digital de corta y pega y la tendencia en YouTube de albergar en estos últimos años vídeos muy parecidos a mis obras de arte preferidas, además de interesantes. Pienso que todo ello, de algún modo, está relacionado».[49]

Arcangel se refiere principalmente a prácticas muy específicas y reconocibles, como la apropiación de materiales preexistentes y su montaje a partir de criterios insólitos. Para defender su tesis, cita famosas obras de videoarte, como Telephones (1995), de Christian Marclay, un trabajo que antecede, en su modalidad, a otro más célebre, The Clock (2010), que junta fragmentos de tomas de famosos con los que crea una conversación nueva entre personajes distantes en el espacio y en el tiempo. Ese mismo procedimiento lo utilizan diariamente centenares de usuarios de YouTube para crear lo que en la jerga se denomina mash-up y supercut. Este último, en particular, es un género muy popular que consiste en extrapolar un único elemento recurrente en películas, series o entrevistas (como una frase, un gesto o un objeto) y montarlo en una secuencia única y rápida.

Este tipo de proyectos, que suelen ser monumentales y están hechos por fans y apasionados, requieren muchísimas horas de trabajo. Es el caso, por ejemplo, de la recopilación de todos los «what» que se pronuncian en la serie Lost, o los «dude» que hay en El gran Lebowski. En la red se encuentran millares de vídeos de este estilo sobre los temas más dispares.

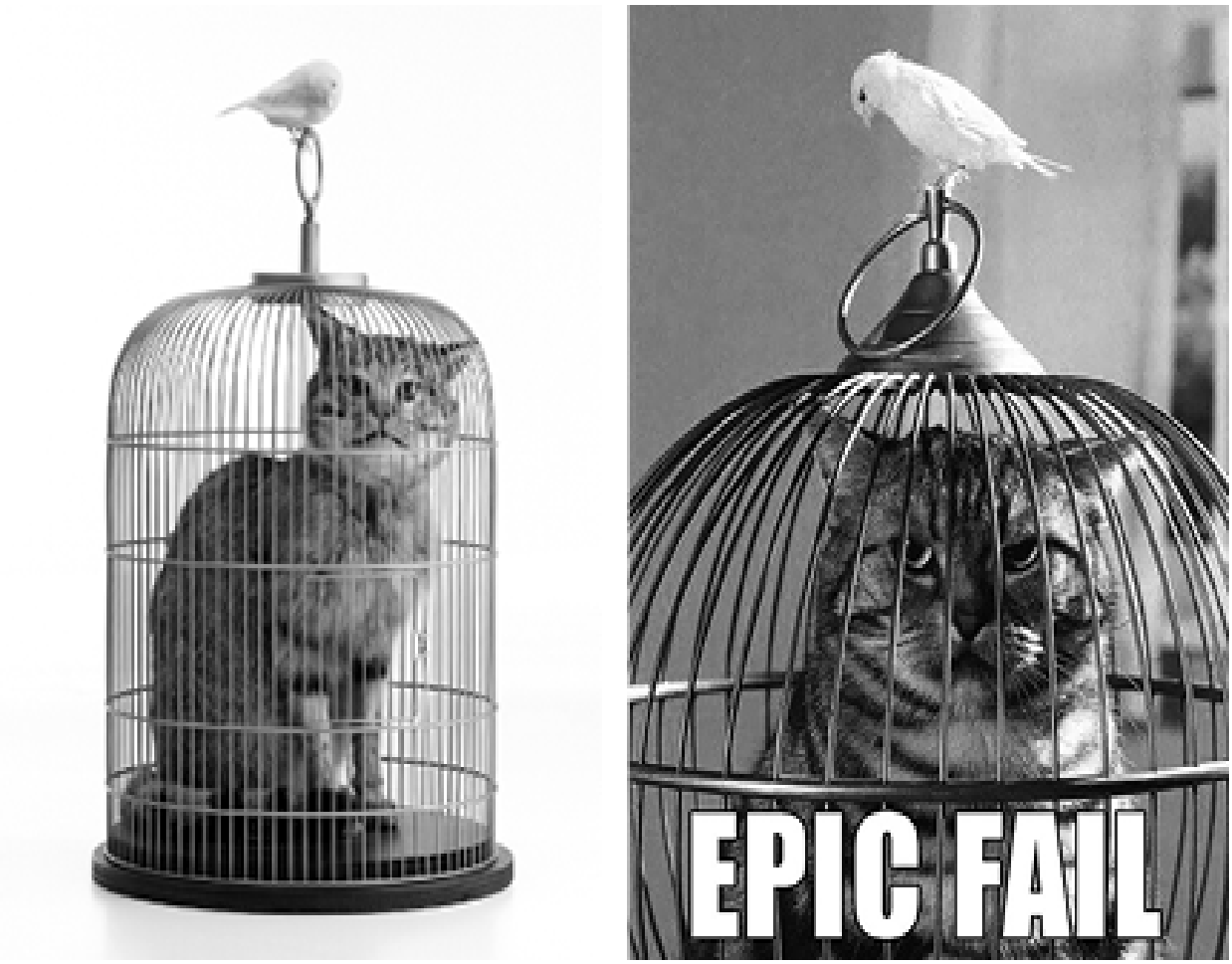
Un ejemplo de 2007 que muestra una afinidad sorprendente con las obras de Marclay, 100 Movies, 100 Quotes, 100 Numbers, lo subió a YouTube el usuario Alonzo Mosley, un bibliotecario de treinta y cuatro años de Jacksonville, Florida. Se trata de un collage de nueve minutos y veintiocho segundos que usa fragmentos de películas y de series de televisión con los que crea una cuenta atrás desde cien hasta uno. Hay montajes más conceptuales, como, por ejemplo, el de Palin’s Breath, un vídeo anónimo que toma un discurso que dio Sarah Palin en 2011, le quita el contenido y deja solo la respiración, los suspiros y las pausas; una operación similar a la realizada únicamente con audio por el misterioso colectivo de artistas que se hace llamar Language Removal Services. También está quien utiliza palabras sacadas de muchas películas diferentes con las que reproducen canciones o construyen de manera artificial discursos que nunca han sido pronunciados.

Cory Arcangel, Drei Klavierstücke op. 11, 2009. Cortesía del artista

Sobre el caso de Drei Klavierstücke op. 11 hay que señalar que la elección del sujeto felino por parte de Arcangel no es en absoluto casual: el de Keyboard Cat, cuyo protagonista es un gato con camiseta que toca unas notas en un teclado, es uno de los vídeos virales más famosos de la historia de internet; se subió por primera vez a YouTube en 2007 y se ha convertido en un clásico. El gato es un animal emblemático en la red desde sus inicios. De hecho, es uno de los protagonistas indiscutibles de infinitos memes exitosos, desde los Lolcats hasta el Nyan Cat, pasando por el Grumpy Cat, el Serious Cat, etcétera. De ahí que, con Drei Klavierstücke op. 11, Cory Arcangel hace confluir en una misma obra internet culture, vanguardia del siglo xx y videoarte contemporáneo, demostrando que estos tres elementos

pueden convivir e interactuar entre ellos; de hecho, lo hacen desde hace ya tiempo.

Los italianos Eva y Franco Mattes también llevan años trabajando en una investigación destinada a socavar los habituales usos del consumo de arte y a comparar las producciones de aficionados con los diferentes lenguajes de los artistas contemporáneos, y muchas veces mezclan las cartas de la baraja. «Cada instante que pasa, internet crea más arte que el que pueda hacer un artista a lo largo de su vida. Es un arte hecho por gente de todo tipo y que circula libremente»,[50] escribían en la presentación del proyecto Catt (2010). La obra, nacida tras una discusión que mantuvieron con un amigo sobre la supuesta relevancia de los contenidos que se producen y se distribuyen online, es una escultura que reproduce una imagen encontrada por casualidad en la imageboard 4chan, el sitio donde nacen y proliferan la mayor parte de los memes antes de su desembarco en plataformas mainstream como Facebook y Tumblr. La imagen es la de un gato embalsamado dentro una jaula para pajaritos, coronada por un canario amarillo también embalsamado. La escultura se expuso durante un mes en la galería Annex de Houston, Texas, con el nombre de Catt y la firma de Maurizio Cattelan antes de que este renegase de la obra. La imagen de la escultura continuó viva online y fue, a su vez, objeto de apropiación y manipulación, dando así vida a nuevas repeticiones de sí misma. Los Mattes la retomaron en 2016 con la obra Ceiling Cat, donde encontramos de nuevo un gato disecado que nos mira desde el techo asomando la cabeza por un agujero. En este caso, aunque el proyecto está firmado por los artistas (y no lo acompaña una atribución falsa), la referencia a Cattelan permanece: el gato espía, que esta vez representa la materialización de una imagen viral famosísima, se asoma por el techo exactamente igual que la cabeza de Cattelan en una conocida obra de 2011.



Eva y Franco Mattes, Catt, 2010. Cortesía de los artistas (izquierda) Epic Fail Cat Meme, imagen encontrada (derecha)

La elección de Cattelan no tiene nada de casual. El artista de Padua nunca ha escondido su pasión por las imágenes encontradas, tampoco su desinhibido uso del robo y la reutilización como estrategias artísticas. Internet, pozo sin fondo de materiales visuales, es sin duda uno de sus instrumentos de trabajo y una fuente de inspiración, y sus obras con frecuencia muestran, incluyendo referencias más o menos directas, muchas de las imágenes virales que han circulado por la red durante los últimos años. Desde el burro «encabritado» por llevar una maleta demasiado grande o el caballo atravesado por un cartel hasta la bota de goma utilizada como sombrero y el hombre pegado a la pared con metros y metros de cinta adhesiva (en el caso de Cattelan, era su galerista, Massimo De Carlo). Domenico Quaranta, que ha analizado estas

referencias en el ensayo When an Image Becomes a Work: Prolegomena to Cattelan's Iconology, describe con gran precisión la naturaleza de la relación entre el artista y el universo contemporáneo de las imágenes: «Convertirse en imagen significa abandonar la condición por la cual una obra de arte viene identificada por el nombre, dentro de un espacio discursivo que suele ser angosto, y abrazar la condición de aquellas imágenes conocidas por todos, de las que a menudo no sabemos ni su nombre ni su proveniencia. Cattelan ha sido capaz como ningún otro de alcanzar ese objetivo. Quizá ese sea el motivo por el cual la mayoría de sus obras no llevan título. Ha hecho las esculturas para que otros las fotografíen, las compartan, las distribuyan, las comenten y las manipulen».[51]

Esto lo demuestra, ya en tiempos más recientes, el increíble éxito mediático de una obra como Comedian, más conocida como «el plátano», que se expuso por primera vez en diciembre de 2019 en la Art Basel Miami Beach, en el stand de la galería francesa Perrotin. La fruta, pegada a la pared con cinta aislante plateada, no solo desató la curiosidad del mundo del arte, reactivando el eterno debate acerca de la naturaleza del gesto artístico en la era contemporánea, sino que rápidamente se transformó en una imagen viral, con una avalancha de memes, parodias y contenidos remezclados de todo tipo.

La transformación de la obra de arte en una simple imagen, una condición que la precede y la contiene al mismo tiempo, es una dinámica fundamental en una época en la que la moneda de cambio más preciada es la visibilidad. La libera de su aura de intocable, la sumerge dentro de la vida cotidiana y la transforma en una plantilla disponible, lista para someterse a cualquier tipo de manipulación.

El artista irlandés Mark McEvoy, por ejemplo, utiliza el blog New Lyrics for Old Songs como plataforma para publicar imágenes modificadas: el material de partida lo conforman fotografías, cubiertas de libros, entradas de cine y otros artefactos provenientes del universo de la «alta» cultura; ahora bien, el elemento textual, ya se trate de un título o de un pie de foto, es el tobogán que traslada el contenido hacia territorios inestables. En palabras de su autor, «el proyecto trata de explorar la idea del "narrador poco fiable". Internet es la encarnación perfecta de este concepto».[52] Las imágenes de McEvoy mantienen la mirada y la mente sobre la sutil frontera entre verdad y ficción,

aprovechando como vehículo de su mensaje algunos de los formatos más difundidos en la red: el retrato de un personaje famoso acompañado de una cita, el fotograma de una película con un subtítulo, una portada falsa, la foto de alguien que sostiene un folio o un cartel con un mensaje. En algunos casos, la incongruencia entre imagen y texto es tan evidente que provoca un cortocircuito y pone inmediatamente sobre aviso a quien lo ve; un ejemplo lo encontramos en una imagen en la que Joseph Beuys sostiene una nota donde se lee: «I have an art blog». Otras veces, la traslación de sentido es más sutil y la imagen adquiere un carácter potencialmente mistificador: apoyándose en la autoridad del personaje representado —como sucede en muchas de las fotografías de Marcel Duchamp—, el artista introduce mínimas variaciones a la cita original, o bien construye frases falsas pero verosímiles, sumando al frenético circuito de imágenes virales el enésimo contenido poco fiable. Pero, sobre todo, el proyecto demuestra, con una evidencia cristalina, cómo cualquier imagen adecuadamente manipulada contiene la potencialidad de convertirse en un meme.

Un caso particular de difusión memética con características verdaderamente únicas es el proyecto This Man (2009) del sociólogo y design fiction artist Andrea Natella. La protagonista de la historia es la imagen en blanco y negro de un hombre, hecha por uno de esos softwares que se utilizan para los retratos robot. Según se lee en la web que cuenta la historia, el hombre se le apareció en sueños a la paciente de un conocido psicólogo de Nueva York. La mujer dibujó el rostro y luego dejó la hoja en el escritorio del médico. Al poco tiempo, otro paciente comentó que había soñado con ese mismo rostro, lo mismo que les ocurrió a muchas otras personas durante los días y meses siguientes. Todas estas personas declararon que no conocían la identidad de «this man» y que nunca se lo habían encontrado estando despiertas.

A partir de este arranque narrativo, que se aprovecha de la enorme atracción que suscitan lo misterioso y lo paranormal, la leyenda del hombre de los sueños fue creciendo día a día, interesando a miles de personas de todos los rincones del mundo. Las hay que escriben contando que han soñado con él, otras construyen teorías para explicar el fenómeno, hay quien dibuja el rostro y quien lo usa para hacer carteles que luego pega por las ciudades, también están los que declaran parecerse al hombre o habérselo encontrado y los que tratan la historia de This Man en cómics, vídeos e historias varias. Incluso hay un santón indio que dice ser quien visita a las personas en sueños,

utilizando la popularidad de ese personaje para validar sus supuestos poderes. Nacido de la mente de Natella, hoy This Man forma parte del imaginario colectivo global de una forma tan amplia y transversal que incluye a adolescentes japoneses, místicos indios e incluso guionistas estadounidenses. La cara del hombre de los sueños ha llegado a aparecer recientemente en la popular serie de televisión Expediente X y la historia se ha utilizado como argumento de varias películas.

Mark McEvoy, New Lyrics for Old Songs, 2013. Cortesía del artista

Esta historia, tan fascinante como increíble, ha dado vida a millones de versiones alternativas —palabras, dibujos, fotografías, películas—, transformando lo que podría parecer un curioso experimento sociológico en

el prototipo perfecto de la obra de arte en la época de internet. Es una leyenda urbana que viaja de boca en boca y de página web en página web y entra a formar parte de la vida de personas de todo el mundo, creciendo y asumiendo siempre aspectos nuevos, de forma indómita y completamente desvinculada del control de quien la contó por primera vez.

un escenario en continuo movimiento

Creo que el copyright es lo peor para la cultura. Si es ilegal reaccionar ante las ideas que te rodean culturalmente, pero a cada minuto del día te bombardean con algún tipo de iconografía o sonido o bazofia de los medios de comunicación… Pues debería ser ilegal no reaccionar.

mike kelley[53]

El de los memes es un universo en permanente cambio. Las plantillas en las que se basan, que actúan como marco para la construcción de la imagen, al igual que las referencias visuales y los usos lingüísticos, cambian con una rapidez impresionante. Desde los primeros objetos virales surgidos a finales de los noventa hasta llegar a las expresiones meméticas contemporáneas, se puede trazar una historia evolutiva bastante compleja que va de la mano del profundo cambio de internet y de su relación con la sociedad y la política.

Desde el lúcido y ligero planteamiento inicial, imbuido de una ironía sencilla y construido sobre esquemas más bien rígidos, se ha ido pasando gradualmente a la producción de imágenes cada vez más complejas, autorreferenciales o estratificadas. Desde hace ya un tiempo, la historia de esta evolución es objeto de reflexiones críticas y de estudios académicos,[54] y las diferentes «épocas» de los memes se han identificado a partir del mecanismo de la ironía (memes preirónicos, irónicos, posirónicos y metairónicos). Seong-Young Her y Masha Zharova, miembros del colectivo The Philosopher’s Meme, han sugerido una asociación directa de estas

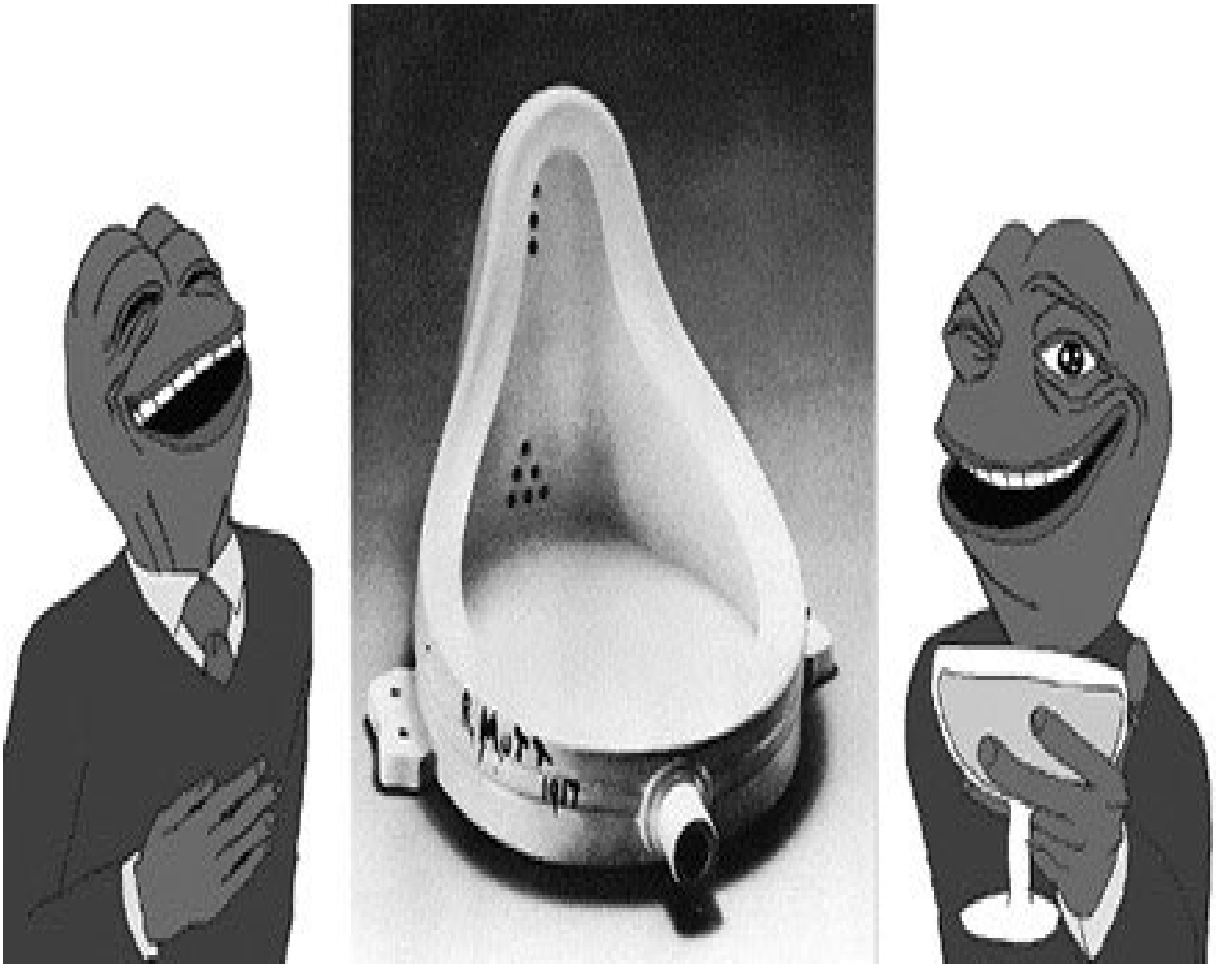
categorías con los grandes periodos de la historia del arte (premodernismo, modernismo, posmodernismo y metamodernismo): aunque en su complejidad resulta un tanto arriesgada, su tesis, enunciada en la conferencia Memes: A Microcosm of Art History,[55] que pronunciaron en 2015 en la Universidad de Humboldt de Berlín, trata algunos aspectos interesantes de la profunda relación que el mundo de los memes mantiene con las expresiones artísticas del mundo moderno y contemporáneo; también aborda aspectos fundamentales, como son el apropiacionismo, el remix, la predilección por el absurdo y la paradoja, la intención subversiva y la victoria aplastante del contenido sobre la forma.

Desde el punto de vista histórico, la idea del proceso artístico como entidad colaborativa no es ninguna novedad, pero la propia existencia de internet, con su difusión a escala global y un nivel cada vez mayor de accesibilidad, ha transformado lo que comenzó siendo una excepción —un gesto de vanguardia y experimental, podríamos decir— en la normalidad más extraordinaria. Cada día centenares de miles de personas se comunican entre sí en un diálogo incesante, produciendo contenidos textuales y visuales que representan un caleidoscopio de interpretaciones y de puntos de vista personales. Y cuanto más prolifera la diversidad, los memes se hacen más extraños, oscuros y crípticos; una oscuridad que se adapta muy bien al momento histórico de caos y desencanto que vivimos.

La falta de sentido, la extrema estratificación de los significados, el uso de imágenes bizarras y la incongruencia buscada entre las fotos y los textos que las acompañan son síntomas de una reacción colectiva y generalizada ante lo que se percibe como un colapso general de los valores. Esto recuerda a los dadaístas que, en plena Primera Guerra Mundial, hacían performances surrealistas construyendo objetos inútiles sobre el fondo de una Europa en llamas, declarando así la imposibilidad de producir sentido frente a la absurdez de la violencia erigida en sistema. De igual manera, hoy los memes y el shitposting —según la definición de Wikipedia: «El acto de publicar en un foro de internet o en una red social contenidos de calidad pobre, agresiva, inútil e irónica, y actuando como troll»— son la respuesta espontánea a un mundo que se encuentra a las puertas del apocalipsis, en un sentido político, cultural e ideológico.

Un proyecto que se encara con la complejidad del panorama memético actual, teniendo en cuenta su innegable relevancia política, es el lanzado en 2018 por el colectivo Clusterduck, un grupo heterogéneo de artistas, diseñadores, directores e investigadores. #Memepropaganda es una plataforma que indaga todas las ramificaciones de este universo —estéticas, conceptuales y sociales— intentando dar visibilidad y relevancia a esa franja de memers que no se reconocen en los movimientos de la nueva derecha, como la alt-right; tras la subida al poder de Donald Trump, su cara más reconocible —al menos mediáticamente—, estos se han convertido en parte de este mundo («The left can't meme», dice una expresión muy popular nacida en 4chan). Otro muro más que hay que derribar, como señala el texto que acompaña al proyecto, es el que enfrenta y divide a «los llamados normie, exponentes del denostado mainstream, y los autoproclamados autistas, presuntos guardianes de una cultura memética auténtica, para reflexionar acerca de lo que traen las distintas corrientes meméticas, desde los edgy a los wholesome»:[56] un experimento de observación participante, dirían los antropólogos, que mezcla todas las cartas de la baraja, llevando al mismo espacio creativo a individualidades de extracción muy diferente. Para alcanzar tales objetivos, #Memepropaganda no solo ha utilizado sitios web, sino que ha trabajado, como se dice en la jerga, AFK: away from keyboard, es decir, lejos del teclado. En la primera fase, seis artistas crearon una serie de pósteres con algunos de los personajes más famosos entre los meme characters, como la rana Pepe y Gondola. Los pósteres —que en su estética y en su lenguaje evocan los panfletos de estilo situacionista— se repartieron por diferentes localidades de todo el mundo, a modo de invitación a la exposición y para entrar a formar parte de su segunda fase: la participativa. Esta última —un sitio llamado 4ducks, en el que los usuarios podían contribuir a la creación de nuevas imágenes— es un homenaje en toda regla a 4chan, el sitio web en el que nacieron los memes y por donde circulan antes de llegar al circuito mainstream. El evento de la clausura de esta iniciativa se celebró en junio de 2018 en una habitación online llamada superinternet.space: un espacio multiplayer de diseño desarrollado por Pietro Parisi, miembro del colectivo Superinternet. Al inicio se estableció que el evento tendría una duración de dos horas, pero la respuesta de los participantes fue tal que la performance acabó durando más de dos días. Participaron diferentes comunidades: primero los networks restringidos de Clusterduck y Greencube Gallery y luego plataformas más grandes, como

Reddit, Discord, Facebook y hasta la propia 4chan. La presencia en la habitación de distintas comunidades amplió las fases de la acción, en la que se alternaron momentos caóticos con otros de armoniosa cooperación. El resultado fue, en palabras de los autores, «un maravilloso remix del imaginario internauta, con memes, personajes y símbolos de todo tipo, desde la rana Pepe hasta Gondola, Nicolas Cage, Potato Jesus, Troll Face, Pikachu y otros muchos. Pasadas cuarenta y ocho horas, ocurrió un milagro colaborativo: ¡los usuarios decidieron dibujar todos juntos un paisaje lunar precioso demostrando que internet puede estar unido!».[57]



Pepe y el urinario de Duchamp, imagen encontrada

El enfoque tenazmente positivo y lúdico de Clusterduck —un colectivo que, además, se fundó sobre uno de los pilares del primer internet, el de la ética del compartir en torno a un sentimiento de hermandad cultural— nos trae a la mente ciertos ambientes típicos de los años noventa e inicio de los dos mil: pensemos en el primer net art, con su fe en la red como proyecto libertario, pero también en los surf clubs artísticos que aparecieron al inicio del nuevo milenio, transformando la experiencia de la navegación y del blogging en una plataforma de experimentación colectiva a medio camino entre el cadáver exquisito surrealista, la deriva situacionista, la performance conceptual y un impulso por la catalogación y la reutilización de materiales típico de una generación que crecía a la vez que la web y la cultura de la red.

Clusterduck Collective, Il Quinto Stato, 2018. Cortesía de los artistas

También el colectivo holandés Metahaven, que se mueve entre arte y diseño, se ha introducido a menudo en el mundo del meme como objeto de reflexión teórica, pero también como elemento inspirador para imágenes y vídeos. En el libro Can Jokes Bring Down Governments? Memes, Design and Politics,[58] Vinca Kruk y Daniel van der Velden describen los memes como armas culturales capaces de influir en movimientos políticos a nivel nacional e internacional. A partir del análisis del concepto de meme en su formulación original, los autores comentan algunos de los ejemplos más conocidos del contexto de internet, como los Lolcats, Boromir y el Rickrolling. El lugar central de su idea lo ocupa el humor como recurso político y ponen el acento en el hecho de que el sinsentido, un dispositivo sobre el que se suele apoyar el humor, es un elemento desestabilizador del orden social que subvierte el concepto de realidad aceptable como tal. La visión, a fin de cuentas, optimista que se expresa en estas páginas, escritas después de la llamada Primavera Árabe y mucho antes de la elección de Donald Trump, ha dado paso a un relato más sombrío que coloca internet en el centro de un inquietante y peligroso escenario, lleno de manipulaciones y vigilancia.

En el vídeo The Sprawl. Propaganda about Propaganda (2016), Metahaven intenta describir las «maneras en las que puede proyectarse la fantasía para parecer real».[59] Inspirado en el funcionamiento de las «burbujas» de las redes sociales, describe un mundo en el que la realidad puede asumir —ante nuestros ojos y en nuestro feed en redes— innumerables formas distintas, produciendo millones de versiones de sí misma, todas perfectamente plausibles, autoconcluidas y en marcado contraste con las otras. La maleabilidad de los memes muestra aquí su lado más controvertido: su capacidad de replicarse, mutar y arraigar en el imaginario colectivo puede transformarlos en un peligroso vehículo de propaganda —un nuevo tipo de propaganda que parece converger hacia un único objetivo: persuadirnos de que es imposible individualizar la verdad y aislar y probar los hechos, desorientándonos en un juego de espejos del que no se puede salir—. Al fin y al cabo, el universo de las infinitas versiones está formado por restos de una explosión nuclear del imaginario, una deflagración que ha hecho saltar por los aires los pocos puntos de vista conocidos para generar otros millones de puntos de vista sin nombre que siguen difundiéndose como metralla. La complejidad del lenguaje memético contemporáneo, su oscuridad y su carácter autorreferencial no es más que un intento de luchar contra el caos

proyectado con una confusión anárquica y sin reglas. Si en el mejor de los casos el resultado es un nuevo género de expresividad visual y lingüística, en el peor es una confusión capaz de convertirse en vehículo de conductas destructivas y antisociales.

Un meme basado en la pipa de Magritte, imagen encontrada

EL CONTRAPASO DEL ARTE

nuevas formas de ver

A medida que la red se extiende y adquiere otra dimensión, la producción de imágenes rebasa ampliamente los confines de los campos especializados. Se convierte en posproducción masiva en la era de la creatividad colectiva.

hito steyerl[60]

«L as imágenes pueden utilizarse como palabras, pero aún no existe un diálogo con ellas. Vosotros no podéis responderme. Para que esto suceda en el sistema de la comunicación moderna, el acceso a la televisión tendrá que extenderse más allá de los estrechos límites actuales. Mientras, con estos programas recibiréis imágenes y significados que se han combinado, que se han organizado. Espero que queráis tomar en consideración lo que he organizado, pero manteneos escépticos». [61]

Esta cita se remonta a 1972: son las palabras con las que John Berger cerraba la primera entrega de su programa televisivo Ways of Seeing, emitido por la BBC, que después se convirtió en un libro. A pesar de que ha pasado medio siglo, el mensaje de Berger sigue siendo profundamente actual y nos ofrece múltiples instrumentos para continuar con la reflexión que propone, actualizándola a la luz de las evoluciones culturales y tecnológicas que vinieron después. Tomando como punto de partida las teorías de Walter Benjamin sobre el estatus de la obra de arte, modificado para siempre tras la llegada de la fotografía y del cine, el crítico de arte inglés explicaba que las imágenes artísticas son vehículos potenciales de cualquier tipo de mensaje. Desconectadas de su contexto original, las imágenes llegan a usarse «como palabras»: se recortan, se unen a otras, se acompañan de sonidos o se ponen en movimiento. El ejemplo que se usa a la hora de describir la nueva disponibilidad de la obra de arte para transformarse en una pieza

iconográfica de operaciones de mash-up es una costumbre que tienen los jóvenes, la de colgar imágenes en las paredes de su habitación: en estas manifestaciones espontáneas de expresión visual todo llega a formar parte de un mismo lenguaje y la obra de arte, despojada de su antigua condición de reliquia, empieza a hablar, plegándose a la posibilidad de adquirir infinitos significados: «En cada una de estas paredes, las imágenes pertenecen al mismo lenguaje y más o menos están todas a la par, porque han sido elegidas siguiendo un criterio muy personal, con el fin de representar y mostrar la experiencia de quien vive en esa habitación. En buena lógica, estas paredes tendrían que sustituir a los museos».[62]

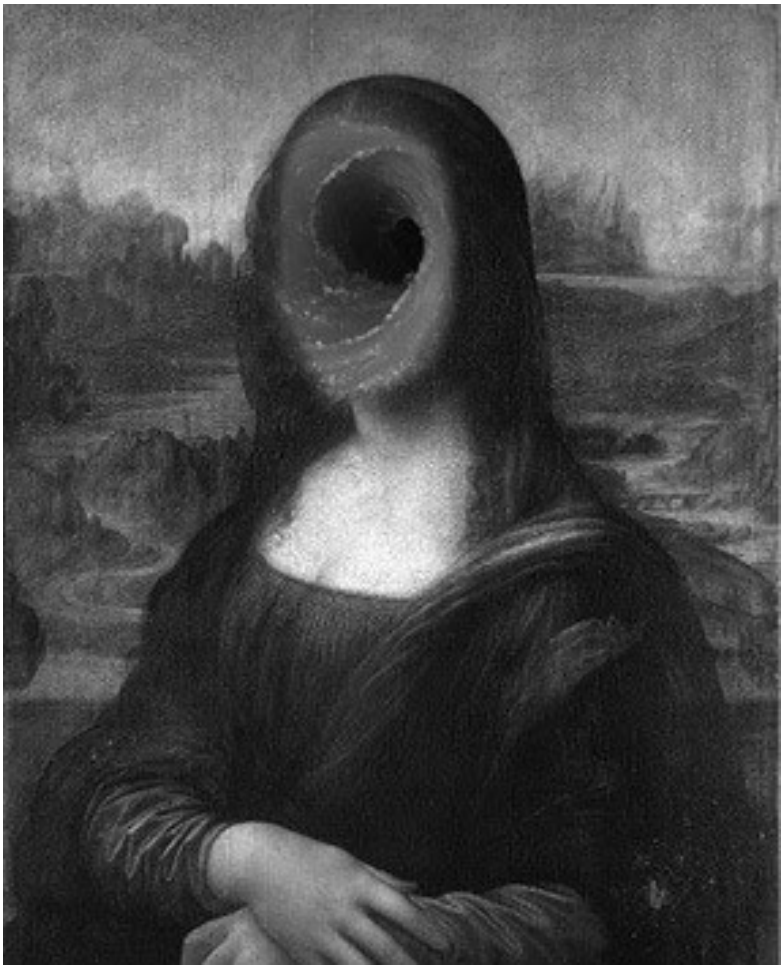
Surge espontáneamente asociar esto con nuestro presente, hecho de muros en Tumblr o Pinterest, de blogs, redes sociales y vídeos remezclados que se suben a YouTube. Es imposible escuchar ahora estas palabras de Berger sin pensar en internet: el proceso de recombinación de los contenidos es una actividad en la que hoy todos participamos y ese diálogo que hace cuarenta años era imposible se ha hecho realidad. Los «estrechos límites» de la televisión han sido ampliamente superados y el modelo de broadcast que representan la radio y la televisión ha entrado en declive.

Muchos han subrayado el carácter precursor del programa de Berger, sobre todo por su capacidad de asignar un nuevo campo de acción a las imágenes artísticas, reconectándolas con el público, al que incitan a asimilar la experiencia estética en la vida cotidiana. De ahí que no nos sorprenda que los cuatro episodios de Ways of Seeing se hayan convertido en el material de partida para el desarrollo de un proyecto artístico: Lorna Mills, a quien ya hemos citado al hablar de sus ensayos con los GIF animados, ha involucrado a ciento trece colegas de todo el mundo, elegidos dentro de una comunidad internacional muy activa en la red, en una particular operación de remake de la serie de Berger, que se titula Ways of Something. Cada uno de los artistas ha reemplazado las partes visuales con un minuto de imágenes inéditas, conservando la banda sonora y los subtítulos del programa original. El resultado son cuatro episodios de cerca de treinta minutos de duración en los que hay animaciones, screencasts y vídeos breves. Las imágenes siguen el discurso de la voz narradora, lo ilustran, a veces lo cuestionan y a menudo se desvían completamente de él, deslizándose en atmósferas surreales y enajenadas. En el primer episodio, por ejemplo, Joe McKay nos muestra una pintura de Pieter Bruegel el Viejo —La procesión al Calvario (1546)—,

mientras, a tiempo real y a una velocidad acelerada, el cuadro se manipula dentro de la interfaz de Photoshop. En el paisaje bucólico original aparece una autopista, una señal que indica la dirección de Calgary y un tebeo de Papá Noel, quien se une a Jesús para cargar con la pesada cruz. Las palabras del crítico inglés se confirman y, a la vez, se superan al mostrar que en nuestra época la inestabilidad de las imágenes y de su interpretación ha alcanzado un nivel de complejidad increíblemente alto. Otra de las artistas, Eva Papamargariti, que ilustra el minuto dieciocho de ese mismo episodio, opta por sustituir la imagen de la obra de Caravaggio a la que alude Berger por un surreal escenario sintético en el que habitan unas brillantes criaturas esculpidas con gráficos tridimensionales. Se conserva la atmósfera dramática del cuadro, pero se muestra a través de las formas pulidas y geométricas del 3D, en un escenario impregnado de algo inquietante y violento, entre esculturas clásicas, smartphones con la pantalla glitcheada, robots ensangrentados y bombas de mano hechas con wireframe.

Eva Papamargariti, Ways of Something, 2014. Cortesía de la artista

La advertencia de Berger —«manteneos escépticos»— parece haber sido plenamente recibida. Un proyecto como Ways of Something muestra a una generación consciente del poder del lenguaje visual, pero también de los riesgos inherentes a su manipulación; una manipulación que convierte la imagen en algo cada vez más mutable, con un significado cada vez más inestable y un contexto cada vez más resbaladizo en el que se hace difícil darles un nombre a las cosas. Seeing (ver) ha pasado a ser something (algo); pero ¿el qué? La sensación de incertidumbre que surge cuando intentamos describir las nuevas trayectorias de la cultura visual es una pista importante para empezar a comprenderla. Acostumbrados a buscar empecinadamente un sentido estable y un marco de valores claro, sentimos, como individuos y como sociedad, un profundo malestar al habitar un ambiente que está constantemente redefiniendo sus límites.



La Gioconda con un remolino en la cara, imagen encontrada

Sin embargo, aceptar el cambio es condición necesaria para no acabar frustrados y agobiados; albergar el caos, navegar en la incertidumbre, asumir la imposibilidad de trazar líneas seguras entre lo alto y lo bajo, lo relevante y lo irrelevante, lo simple y lo complejo, lo artístico y lo no artístico. Dentro del flujo continuo de la web, donde los contenidos viajan sin etiqueta en un proceso frenético hecho de downloads, editings y uploads, las imágenes artísticas no gozan de ningún estatus especial: son archivos como el resto, paquetes de código binario. No hay señalética, pies de foto ni paredes museísticas que las protejan de la contaminación. No hace falta visitar lugares concebidos ex profeso para verlas, tampoco leer publicaciones del sector o ser miembros de un cada vez más anacrónico y restringido «mundo del arte». La imagen de una obra puede aparecer en cualquier página web al

lado de materiales de lo más heterogéneo: fotos personales, citas, vídeos de gatitos, tiras humorísticas o pantallazos de películas o de videojuegos. No solo: la obra puede aparecer en su forma original o en una versión más o menos modificada. Las fotos se editan, se entremezclan, se comentan con pies de foto o con viñetas, se utilizan como punto de partida para nuevas creaciones y, por último, se comparten. Se convierten en contenidos virales, se transforman en memes, se postean en las redes sociales y se utilizan como imágenes de perfil, de fondo de pantalla del ordenador o del móvil. De esa forma, el arte vive su propio contrapaso: después de más de un siglo de constante y atrevida apropiación de materiales, lenguajes e ideas procedentes de otros mundos —la música, el cine, la televisión, la publicidad, la cultura pop, pero también los objetos y las acciones de la vida cotidiana—, el propio arte se convierte en objeto de prácticas apropiacionistas. Por un lado, esto nos lleva a postular la existencia de un nuevo tipo de espectador: un público casual, no necesariamente informado, que se topa con obras de arte mientras navega por internet y no es capaz de distinguirlas del resto de las imágenes. Por otro lado, el nuevo escenario nos obliga a reflexionar sobre el papel que ha adquirido en nuestros días el arte al convertirse en un instrumento de construcción del imaginario colectivo en medio de otros tantos.[63]

Reabsorbido por el maremágnum de la cultura visual, el arte acaba por sufrir, por parte de una masa anónima de creadores, el mismo trato que él ha practicado durante décadas: un trato hecho de robos, collages, remezclas, que recurre al absurdo y a la ironía como vehículos para despertar la imaginación y las conciencias, a la yuxtaposición de imágenes y de textos de diferente procedencia y al elogio del fracaso (que hoy, en los tiempos de la red, se llama epic fail). En internet, muchas de las que fueron prácticas exclusivas y distintivas del arte contemporáneo se dan por hecho en nuestra cotidianeidad, donde se manifiestan como comportamientos espontáneos. Incluida la tensión secular ante la inserción del público en la obra, algo que culminó con la ola de lo que se conoce como arte relacional, cuyo desembarco en los libros de teoría del arte de mitad de los años noventa no fue casual y coincidió con el momento en el que los primeros módems llegaban a los escritorios, abriendo una posibilidad real de interacción global. Situando al público, o mejor, al expúblico (aquel a quien el pensador y periodista estadounidense Jay Rosen le otorgó la eficaz definición de «the people formerly known as the audience») en una posición desde la que finalmente pudiera responder al bombardeo informativo.

El arte contemporáneo, por su parte, intenta reaccionar ante esta inexorable pérdida de eficacia adoptando pocas estrategias reconocibles: le hace un guiño al mundo del entretenimiento, con grandes instalaciones espectaculares y de gran implantación lúdica; desenfunda el arma, ya utilizada, de la provocación, o bien se encierra en sí mismo y produce obras con una alta tasa de autorreferencialidad. Precisamente en el momento histórico en el que el arte está más glorificado y difundido que nunca, cuando los grandes museos se han convertido en metas turísticas a todos los efectos, precisamente en la época en la que a los artistas se los trata como a celebrities y la creatividad se ha elevado a valor universal, la capacidad del arte contemporáneo de incidir en el imaginario colectivo se va anulando lentamente. Después de siglos aspirando a la fusión entre el arte y la vida, deseando una mayor participación del espectador, ensalzando la presencia del arte en todas las esferas de la vida cotidiana, los artistas parecen sentirse asustados ante la ola de creatividad amateur y la difusión a nivel global de estrategias como la apropiación, el mash-up, la parodia, la reinterpretación irónica o el salto hacia lo surreal. De esta forma, el propio sistema que constantemente sigue declarándose comprometido con la misión de educar e implicar al público (a quien se le invita a interactuar, pero siguiendo unos protocolos previamente establecidos), construye barreras e idea trucos para «proteger» —también legalmente— las obras de arte de la contaminación con el mundo exterior.

la tergiversación de las imágenes

Todo queda grabado. Y si está grabado, puede ser editado. Y si puede ser editado, entonces el orden, el sentido, el significado y la dirección son tan arbitrarios y personales como el propósito y/o la persona que edita. Eso es magia.

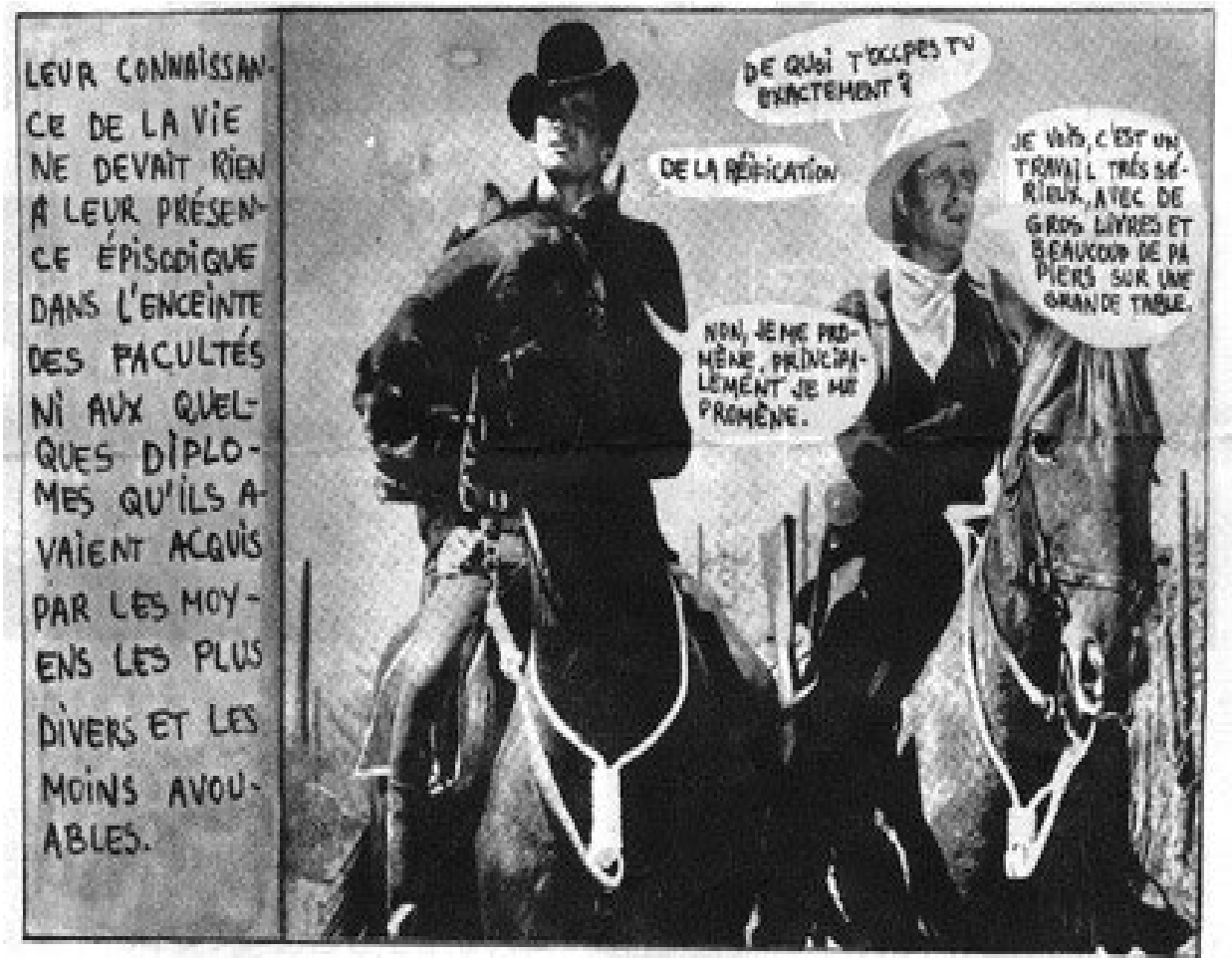
genesis breyer p-orridge[64]

Como es de suponer, la lista de las obras que más se descargan y se modifican se corresponde con la de las obras más conocidas: La Gioconda de Leonardo da Vinci, La creación de Adán de Miguel Ángel, La noche estrellada de Vincent van Gogh, El grito de Edvard Munch y La persistencia de la memoria de Salvador Dalí. Las modalidades de intervención sobre el original son variadas, pero podemos individuar algunas prácticas recurrentes: la inserción de un elemento anacrónico, el añadido de un texto, el reenactment o darle movimiento. La Monna Lisa adopta la apariencia de Lady Gaga; el armiño que está en brazos de la dama transmuta en uno de los pingüinos de la película de animación Madagascar; el rostro transfigurado por el terror del cuadro de Munch se convierte en un emoticono y los autorretratos de Van Gogh se transforman en selfies. Pasado y presente se mezclan en una misma imagen, generando efectos humorísticos, surreales, inquietantes, quizá. Como refuerzo del efecto satírico, llegan las palabras, yuxtapuestas a la imagen, poniendo en boca de los personajes de los cuadros jergas propias de los jóvenes, letras de canciones o expresiones idiomáticas utilizadas por los internautas.

El mecanismo es el del détournement situacionista: apropiarse de un contenido y modificarlo para tergiversar su sentido, a menudo mezclando planos culturales diferentes, como pueden ser el ámbito («alta» cultura y cultura de masas) o la ubicación cronológica (pasado y presente). «Algunos elementos —escribían Guy Debord y Gil J. Wolman en "Métodos de tergiversación" (publicado en 1956 bajo el título de Mode d'emploi du détournement)—, no la materia de donde han sido tomados, pueden servir para hacer nuevas combinaciones. Los descubrimientos de la poesía moderna concernientes a la estructura analógica de las imágenes muestran que, cuando se consideran juntos dos objetos, no importa lo alejados que pudieran estar sus contextos originales, siempre existe alguna relación».[65]

Es significativo, por ejemplo, el caso de los memes denominados Philosophical Honey Boo Boo, en los cuales la imagen de la pequeña reina de los concursos de belleza infantiles Alana Thompson se usa como fondo de citas filosóficas cultas. El cortocircuito es fulminante: una niña de apenas seis años, famosa por su exuberancia y por las bebidas energéticas dopantes que se toma antes de los concursos, se convierte en la cara parlante de autores como Karl Marx, Friedrich Nietzsche, Guy Debord y Antonio Negri.

En este caso, la relación de la que habla el texto situacionista se genera por contraste y acaba obteniendo, en virtud de este, un efecto crítico potente. La controvertida minicelebrity Honey Boo Boo llega a ser un emblema de la «sociedad del espectáculo». Su imagen representa todos los vicios posibles de la sociedad capitalista occidental: la atención que se le da al aspecto físico, la mundanidad, la ilusión del éxito, la búsqueda de dinero y de fama; todas ellas cuestiones afrontadas y estigmatizadas por los filósofos elegidos para las citas.



André Bertrand, Le Retour de la Colonne Durutti, Association federative generale des étudiants de Strasbourg, 1966

El efecto que se consigue no difiere del que se desprende de trabajos como Le Retour de la Colonne Durutti, détournement presentado por el situacionista André Bertrand en la Universidad de Estrasburgo en 1966: la plantilla base es una viñeta de ambientación wéstern, pero los dos protagonistas mantienen una conversación acerca de los temas clave de la Internacional Situacionista («¿A qué te dedicas exactamente?», pregunta el cowboy que lleva el sombrero blanco. «A la reificación», responde el otro). En realidad, en «Métodos de tergiversación», Debord y Wolman hacen hincapié en la necesidad de superar el simple estadio paródico —que se limita a provocar una reacción, según qué casos, de diversión o de indignación— para alcanzar un nuevo sublime capaz de expresar «indiferencia ante un original olvidado e insignificante».[66] La palabra clave, en este caso, es indiferencia: el material de partida, ya sea una obra de arte considerada sagrada e inmortal o un fragmento de un reality show, se trata con igual despreocupación. No existe ninguna actitud reverencial, ningún respeto especial hacia el original, que incluso ni se conoce: toda la producción cultural del pasado y del presente está sujeta a continuas operaciones de reciclaje. Nada es intocable, todo se transforma, los caminos del mash-up son infinitos: preconizada en los años setenta, esta actitud es totalmente anárquica frente al uso de las imágenes y hoy también es característica de una generación que da cada vez menos importancia a la propiedad intelectual; una generación acostumbrada al consumo frenético de contenidos, educada en la práctica del file sharing y crecida en un ecosistema visual hipertrófico. Siguiendo esa línea de pensamiento que prosigue ininterrumpidamente desde el situacionismo hasta el neoísmo, pasando por el plagiarismo, el copyleft y el apropiacionismo, llegamos a 2016 y al «Post-Pepe Manifesto» escrito por Seong-Young Her, del colectivo The Philosopher’s Meme. Dice así: «El significado es el resultado del uso, entonces procederemos a usarlo todo. […] Toda la cultura es derivativa. La revolución será reposteada».[67]

La lección de anatomía de Rembrandt y el juego Operation Game, imagen encontrada

En muchos casos, la tergiversación de la imagen nace de una acción consciente que busca alcanzar un objetivo concreto. Es el caso de la serie de memes denominada Pepper Spray Cop, nacida en 2011 como reacción a la difusión de un vídeo y de algunas fotos que mostraban al teniente John Pike, policía de servicio en la California University, en la ciudad de Davis, echar gas pimienta directamente a los ojos de un pequeño grupo de estudiantes que se manifestaban sentados de forma pacífica en una calle del campus. Lo que impresiona, aparte del hecho en sí, es la indiferencia del oficial de policía, que camina relajadamente delante de los chicos y los ataca con el gas como quien acaba con las cucarachas del desván. Rápidamente, las imágenes dieron la vuelta al mundo hasta convertirse en uno de los emblemas del

movimiento de protesta estadounidense, agrupado en torno a Occupy Wall Street. El poder viral de la imagen transformó rápidamente al policía que los gaseaba en un meme y John Pike entró oficialmente a formar parte de la historia del arte gracias a una serie de fotomontajes en los que se le ve en cuadros históricos como Desayuno sobre la hierba de Manet y Tarde de domingo en la isla de La Grande Jatte de Seurat, además de en obras de autores contemporáneos como Banksy y Marina Abramović.

Paul Kremer, Great Art in Ugly Rooms, con la obra Away from the Flock de Damien Hirst, 2013. Cortesía del artista

Un discurso similar es aplicable a la serie de fotografías modificadas que tienen como objeto polémico al expresidente de Estados Unidos Donald

Trump y que se difundieron en la red en otoño de 2017. En estas imágenes (que en pocas horas dieron la vuelta al mundo), un autor anónimo modificó los cuadros que el presidente tenía a sus espaldas y puso a ilustres predecesores en el cargo, como George Washington, Thomas Jefferson y Andrew Jackson, mostrando expresiones de enfado, consternación y vergüenza. Es uno de los casos en los que se hace hablar a la obra de arte a través de la modificación de la mímica facial del personaje retratado, que se erige así en portavoz de una opinión política fuerte y reconocible.

Un proyecto que trata de forma específica el tema de la importancia del contexto en relación con la obra de arte es Great Art in Ugly Rooms, un blog de Tumblr nacido como una idea del artista Paul Kremer, que dejó de publicarlo a finales de 2016. Durante varios años, Kremer publicó —al principio de forma anónima— imágenes de obras de arte muy famosas introducidas en contextos impropios, en «ugly rooms» de distintos tipos que comparten la misma estética decadente, descuidada e incluso kitsch. Vemos, por ejemplo, un José de Ribeira colgado en una cafetería Starbucks, un Monet en unos baños públicos, un Magritte en una habitación destrozada, un Rodin en un establo o un Damien Hirst en una habitación infantil. La de Kremer es una operación interesante por diferentes motivos. La lectura más obvia es la que se refiere a la relación entre la obra de arte y el espacio que la contiene: acostumbrados desde hace siglos a ver el arte en museos y galerías, en espacios asépticos proyectados para ensalzar al máximo la obra y favorecer lo que se denomina la «fruición correcta», aquí nos encontramos frente a un desplazamiento desestabilizador, en el cual las obras no solo sufren interferencias pasando a un ambiente todo lo contrario a aséptico (hay luces, colores y decorados inadecuados), sino que a menudo parece que absorban un poco de esa ugliness que los rodea; este fenómeno, por un lado, pervierte las obras y al mismo tiempo las revitaliza, devolviéndoles el contacto con la vida verdadera. Sacada a la fuerza de los white cubes, de las galerías y de las iglesias, ensuciada por el desorden y la ordinaria fealdad de lo cotidiano, la obra se desacraliza, pisa tierra, es restituida simbólicamente al mundo del que proviene.

la guerra de los fotomontajes

Quejaos de la tecnología tanto como queráis. Os sube la autoestima y os conecta dentro de vuestro almidonado traje con cosas que de otro modo pasan desapercibidas por el mundo.

don delillo[68]

«El collage, el arte de ensamblar fragmentos de imágenes preexistentes para crear una imagen nueva, ha sido la innovación más importante del arte en el siglo xx»,[69] escribía Charles Simic en Dime-Store Alchemy, un ensayo que se publicó en 1992 dedicado a la figura del artista estadounidense Joseph Cornell. La afirmación, que podía resultar osada hace treinta años, hoy refulge con toda su brillante clarividencia: potenciada enormemente por las tecnologías digitales, la práctica del collage se ha convertido en el centro de todo el ecosistema visual, y su fuerza, basada en la asociación libre y en las infinitas posibilidades que ofrece la combinación de elementos, se aprovecha para los fines más dispares —del humor a la sátira política, la crítica social o la didáctica, pasando por la evocación poética pura y dura—.

La versión más difundida es la del fotomontaje, un género que profundiza en las raíces de la historia del arte con ejemplos que datan al menos de la mitad del siglo xix; un periodo este en el que la manipulación de las imágenes, que todavía se realizaba con medios analógicos, se difundió y se desarrolló sobre todo en el sector del entretenimiento, pero también en el campo amateur. Sin embargo, fue en el siglo xx cuando, gracias a la obra de autores como John Heartfield, George Grosz, Hannah Höch, Kurt Schwitters y Raoul Hausmann, el fotomontaje llegó a ser una verdadera forma de arte, además de un poderoso instrumento de lucha política y social. En los años sesenta, la artista estadounidense Martha Rosler demostraba la inalterada eficacia de esta sencilla técnica con su serie House Beautiful. Bringing the War Home, una colección de fotomontajes que juntaba las estremecedoras imágenes de la guerra de Vietnam con instantáneas estucadas de revistas como Life, llevando el horror y la muerte a los salones de la alta burguesía americana. Incluso hoy, el contraste entre la seguridad, la limpieza y la calidez que evocan las fotografías de ambientes domésticos y la cruda realidad de la

guerra, hecha de dolor, de muerte y de miedo, genera un impacto emotivo imposible de ignorar; de hecho, este tipo de fotomontajes, realizados con temas y procedimientos actualizados pero conceptualmente idénticos a lo que fueron, sigue estando muy difundido. Sin embargo, mientras que Rosler en 1968 distribuía sus imágenes subversivas en forma de flyers y se negaba a etiquetarlas como arte, hoy los fotomontajes circulan a través de internet, saltan de web en web, de muro en muro, generan debate, dan pie a la reflexión, además de a un buen número de variaciones sobre el tema.

Algunas de estas imágenes se han convertido en clásicos. Es el caso de Photo Op (2005), de los artistas ingleses Peter Kennard y Cat Phillipps, donde aparece retratado el entonces primer ministro británico Tony Blair haciéndose un selfie delante de una explosión gigantesca en un paisaje desierto; una clara referencia a la guerra de Irak. El montaje, realizado a partir de una fotografía en un encuentro de Blair con cadetes durante uno de los actos de la campaña electoral, se convirtió en imagen símbolo de una época, una síntesis visual que cuenta, sin necesidad de utilizar palabras, el papel de Blair en los acontecimientos bélicos de 2003. Por otra parte, la obra de Kennard y Phillipps es también un ejemplo paradigmático de cómo la práctica artística establece hoy profundos lazos con el más amplio sistema de producción y circulación de imágenes, que encuentra en internet su exhibidor ideal: Photo Op es una imagen que se inserta en una tradición del siglo xix, la del fotomontaje político, pero al mismo tiempo posee un contenido viral de gran eficacia. Ha circulado, y continúa haciéndolo, de forma anónima en blogs y redes sociales, junto con otros miles de imágenes similares, y a la vez se ha exhibido en exposiciones y museos; en esas ocasiones, con muchos pies de foto, información biográfica de los autores y comentario crítico.

Mark Zuckerberg hace jogging en Vietnam, imagen encontrada

Una imagen menos conocida —y hasta ahora anónima— se inspira en un episodio relacionado con Facebook que ocurrió en 2016: el escritor noruego Tom Egeland escribió un post sobre «7 fotografías que han cambiado la historia de la guerra», entre las que se encontraba la famosísima foto titulada The Terror of War (o The Napalm Girl), que tomó durante la guerra de Vietnam el fotógrafo premio Pulitzer Nick Ut. Facebook eliminó el post, porque la fotografía contiene un desnudo infantil —la niña que escapa aterrorizada del ataque con napalm—, y suspendió la cuenta de Egeland. Entonces, el escritor decidió publicar un alegato contra Mark Zuckerberg, fundador de la red social más utilizada del mundo, que desencadenó un debate mundial sobre la censura de las imágenes, el control de los contenidos online y aquello que se definió como «abuso de poder» por parte

de la empresa californiana. En ese mismo momento comenzó a circular por la red un fotomontaje que sustituía a la niña con una imagen de Zuckerberg tomada durante una de sus sesiones diarias de jogging. El efecto que provoca es desconcertante, porque la imagen activa una serie de reacciones concatenadas y contradictorias: la sonrisa, la desorientación, la indignación. La yuxtaposición de dos realidades tan alejadas, portadoras de valores y simbologías tan distintos, genera un tercer lugar en el que todo es posible, donde la historia se dobla como una sábana en cualquier dirección y hasta los bordes más lejanos y aparentemente irreconciliables se encuentran y se contaminan.

Los patos gigantes de Florentijn Hofman reemplazan a los tanques de la plaza de Tiananmén, imagen encontrada

Por último, merece la pena recordar otra tipología de fotomontaje contemporáneo. En 2013, con ocasión del vigésimo cuarto aniversario de la masacre de Tiananmén, activistas chinos produjeron una serie de imágenes pensadas para evocar lo ocurrido burlando las redes de la atentísima censura activa que existe sobre internet en China. Una de ellas ha pasado a la historia: la que reemplaza, en la famosa foto del hombre solo ante la fuerza bruta del ejército, los tanques con cuatro patos amarillos gigantes, en referencia a la instalación del artista holandés Florentijn Hofman en el puerto de Hong Kong, que se inauguró pocos días antes. La eficacia del fotomontaje, identificado por el Gobierno y oportunamente filtrado, se encuentra en su naturaleza surreal e irónica, pero también en su desvergonzada irreverencia. Como en el caso del meme de Zuckerberg en Vietnam, se profana la instantánea de un momento dramático de la historia reciente al introducir elementos incongruentes, frívolos y fuera de contexto. Un contexto que se ha convertido en una superficie deslizante: inestable, escurridiza, siempre en movimiento.

en primera persona

Buscáis siempre la emoción ya experimentada, del mismo modo que os complace recuperar un viejo pantalón de la tintorería que parece nuevo si no se mira de cerca. Los artistas son tintoreros, no os dejéis engañar. Las verdaderas obras de arte modernas no han sido creadas por artistas, sino simplemente por hombres.

francis picabia[70]

Una modalidad particular de meme artístico es aquella que reproduce la obra recreándola (en jerga, se habla de reenactment o de tableau vivant). En este caso, el tema más utilizado parece ser La creación de Adán de Miguel Ángel, una de las pinturas que decoran la cúpula de la Capilla Sixtina: el célebre encuentro entre los índices de Dios y Adán se convierte en el

elemento clave que hace reconocible la imagen aunque falten el resto de sus componentes; luego entra en juego el factor performativo, que vuelve más compleja la interacción con la obra, pues el autor no se limita a intervenir gráficamente en la imagen, sino que utiliza su propio cuerpo para crear una nueva. En cuanto a los contenidos, se trabaja siempre sobre la misma idea: se introduce un elemento descontextualizado o incongruente, se mezclan los planos temporales y se desacraliza la imagen insertándola en la vida cotidiana. Sin embargo, la elección de utilizar el cuerpo cambia la naturaleza del gesto, llevando el mecanismo de apropiación a un nivel más profundo, adentrándose en un territorio que comprende la identidad personal y la esfera emotiva.

Un reenactment de La creación de Adán de Miguel Ángel, imagen encontrada

La decisión de personalizar a los protagonistas de la obra de referencia lleva consigo una fase —más o menos consciente y estructurada— de estudio de la propia obra y de sus elementos compositivos y lingüísticos. No es una casualidad que este género, tras haber nacido de manera espontánea, haya sido adoptado por diferentes instituciones con fines didácticos o divulgativos: un ejemplo de ello es la página web VanGoYourself.com, donde podemos elegir una pintura entre centenares de obras, recrearla y después publicar nuestra versión. Esta iniciativa, puesta en marcha en 2014 por la plataforma Europeana, representa uno de los muchos intentos de introducir nuevas modalidades divulgativas del patrimonio artístico para las generaciones más jóvenes, aprovechando su actitud innata hacia la apropiación y la manipulación directa de los contenidos.

El reenactment de las obras de arte vivió su segunda época dorada en 2020, durante el primer confinamiento de la pandemia, cuando muchísima gente decidió dedicar una parte de su tiempo libre a recrear esculturas y cuadros famosos; una práctica que explotó, literalmente, con un challenge lanzado online por el J. Paul Getty Museum de Los Ángeles a través de su web y sus redes sociales, en el que invitaba a sus seguidores a reinterpretar con su propio cuerpo las obras de la colección del museo.[71]

A medio camino entre el autorretrato creativo y el reenactment nos encontramos con otro género muy extendido: el que entra en interacción directa con la obra on site, o sea, en los museos, en las galerías y en la calle. Basta con hacer una búsqueda usando el hashtag #artselfie, que lanzó por primera vez en 2012 el comisario de arte Brian Droitcour, para encontrarnos con miles de imágenes que documentan el encuentro en vivo con la obra de arte en una enunciación infinita de tonos y subgéneros. Está el retrato serio, que muestra al visitante concentrado en la contemplación de la obra, o bien sonriente y satisfecho, mientras atestigua su propia experiencia cultural; está la foto irónica que establece un género de interacción juguetona con las obras; está el selfie creativo, que las usa como fondo o espejo para la producción de imágenes concretas y, por último, está el celebrity artselfie, que se ha puesto muy de moda en los últimos años y que nos muestra a personajes famosos inmortalizados frente a obras igualmente célebres, a menudo con museos desiertos de fondo porque las fotos se han hecho

durante exclusivos tours privados (previsiblemente, se trata del tipo de imagen más desaprobada: a la profanación del museo como lugar de culto de la obra maestra, como un santuario donde el único comportamiento socialmente aceptable es la contemplación silenciosa, se añade la práctica narcisista del selfie). En algunos casos, el visitante imita al sujeto del cuadro o de la escultura, otras veces interactúa con él, otras se divierte encontrando semejanzas fisonómicas con personas que vivieron en el pasado.

Se trata de una tendencia significativa sobre la que vale la pena detenerse. Aunque las modalidades adoptadas pueden resultar ingenuas en muchos aspectos, estos fenómenos son un intento espontáneo de replantearse el papel de espectador dentro del museo y de la galería de arte; es la misma actitud que vemos en el género de los memes artísticos. Esa actitud que empuja a la apropiación y a la manipulación de las reproducciones también lleva consigo un cambio profundo del comportamiento ante los originales: la actitud reverencial queda desmantelada para siempre; la obra de arte ya no es un objeto sagrado e inviolable, sino más bien una mecha que origina la producción de nuevas imágenes, nuevos comportamientos y nuevas relaciones.

Según Marvin Jordan, autor de la introducción del monográfico #artselfie, editado por el colectivo DIS, el selfie artístico representa «la encarnación del prosumerismo. Ninguna forma de arte anterior había ensamblado el acto del consumo y el acto de producción en un único gesto de manera tan eficaz».[72]

Reenactment de Las tres Gracias en el Museo del Prado, imagen encontrada

El aspecto que se subraya, tanto en este como en otros textos sobre el tema, es la centralidad de la distribución en el proceso mismo que determina el nacimiento de las imágenes. Para definir esta nueva dinámica, que incorpora el acto de la difusión dentro de la propia producción, la artista y ensayista alemana Hito Steyerl nos habla de circulacionismo: «El circulacionismo no piensa en el arte de crear una imagen, sino en la posproducción, en el lanzamiento y en la aceleración. Es una cuestión que concierne a la notoriedad de las imágenes en las redes sociales, a la publicidad y a la enajenación, y que nos impone el ser lo más afables y superficiales posible».[73]

el artista es (omni)presente

Todos los artistas son iguales. Sueñan con hacer algo más social, más colaborativo y más real que el arte.

dan graham[74]

En 2010, Marina Abramović pasó setecientas dieciséis horas y treinta minutos sentada en las salas del MoMA de Nueva York, algo que formaba parte de la exposición The Artist is Present. La artista serbia, famosa por sus performances centradas en el uso del cuerpo y el desafío a sus capacidades de resistencia, ofrecía al público la posibilidad de encontrarse con ella y sentarse enfrente, sin hablar, todo el tiempo que se quisiera. A lo largo de tres meses, durante ocho horas al día, Abramović intercambió su mirada con la de mil quinientas personas, muchas de las cuales se mostraron extremadamente afectadas por la experiencia. Los rostros de los participantes, inmortalizados por Marco Anelli, el fotógrafo que documentó toda la performance y anotó el tiempo que pasó sentada cada una de las personas, se caracterizan por expresiones intensas y a menudo por estar surcados por las lágrimas. Entre la gente aparecieron también personajes famosos: Michael Stipe, Sharon Stone, Isabella Rossellini o Björk, por citar a algunos. No faltó el golpe de efecto: la llegada de Ulay, excompañero de vida y de trabajo de la artista. Un encuentro que quebró el aplomo de la performer, visiblemente conmovida, e infringió las leyes de la acción: Abramović tendió las manos para tomar entre ellas las de Ulay, que hizo lo propio y susurró unas palabras.

La increíble repercusión mediática del evento, amplificada por la gran cantidad de material fotográfico y de vídeo que circuló por internet durante la muestra, y también después, dio vida a lo que podríamos definir como un caso paradigmático para el estudio de las relaciones entre arte y redes sociales. La imagen de Marina Abramović sentada con su icónico vestido rojo provocó centenares de interpretaciones y parodias; la obra fue objeto de citas y reinterpretaciones, y a partir del blog Marina Abramović Made Me

Cry, que abrió Katie Notopoulos durante el evento, y que se hizo famosísimo en pocos días, surgieron cómics, videojuegos y memes de todo tipo.

Marina Abramović y la actriz estadounidense Heidi Montag, imagen encontrada

Las formas de parodia y las citas sobre la obra son de diferente signo. Van desde la broma ligera hasta la controversia acalorada, pasando por el reenactment y la acción parasitaria. Han sido muchos los artistas que han aprovechado este escenario para sacar a la luz sus propios proyectos al escenificar, a su vez, performances frente a Abramović. Es lo que hizo, por ejemplo, Amir Baradaran, que se sentó muchas veces en la silla (tras aguantar colas de horas) e incluso llegó a llevar un vestido parecido al de la

performer serbia, provocando un irónico efecto espejo. La participación del público en la construcción de la obra se produce en este caso tanto dentro como fuera del museo, en un proceso ininterrumpido. La popularidad del género de la performance se debe, entre otras cuestiones, a este hecho que apunta la historiadora del arte inglesa Claire Bishop: es una consecuencia de la actitud contemporánea hacia la participación, estimulada por la aparición de internet y de las redes sociales. Se trata de un tipo de arte que hace posible una fruición menos estática, que a menudo implica la contribución directa del público, bajo formas más o menos guiadas, y que se presta muy bien a la grabación en vídeo y su consecuente difusión online. Como explica la propia Bishop, que siempre se ha mostrado muy crítica ante cierto tipo de arte relacional, hoy el concepto de espectáculo de Debord se ha fusionado totalmente con el de participación: «Al poder emitir todas sus opiniones a cualquiera, nos encontramos no ya ante un empoderamiento de las masas, sino en un flujo continuo de egos banales. Más que ser contraria al espectáculo, la participación ahora se ha fusionado con él completamente».[75]

The Artist is Present es el prototipo perfecto de esa dinámica: un reality show del arte que transforma el museo en un escenario y al artista en una entidad semidivina. Régis Debray escribía en 1992: «El aura, cuya huida deploraba Walter Benjamin a causa de la "reproductibilidad técnica", no ha emprendido el vuelo, como él se temía, sino que se ha personalizado. Ya no idolatramos las obras, sino a los artistas».[76]

La obra, en este caso, vive en dos universos paralelos: el de la participación directa, que exige del espectador un esfuerzo físico proporcional al del artista, obligándolo a soportar la espera y mantener la mirada mientras está en la silla, y otro, enteramente mediado, hecho de relatos, fotografías, memes y GIF animados. El conjunto de todos estos elementos determina la percepción de la obra en el presente, pero sobre todo la interpretación que sobre ella se realizará a posteriori. Una interpretación que también se está convirtiendo en algo cada vez menos estático y más abierto a revisiones: si el material de documentación sobre la obra es abundante, siempre está disponible y, además, ha sido elaborado por fuentes diversas, esta multiplicación de los puntos de vista hace que el aparato crítico que acompaña el trabajo se vuelva inestable. El destino del arte en la época de la posverdad es el de convertirse en un signo que siempre permanece a la espera de ser descodificado dentro de un marco interpretativo que nunca fija

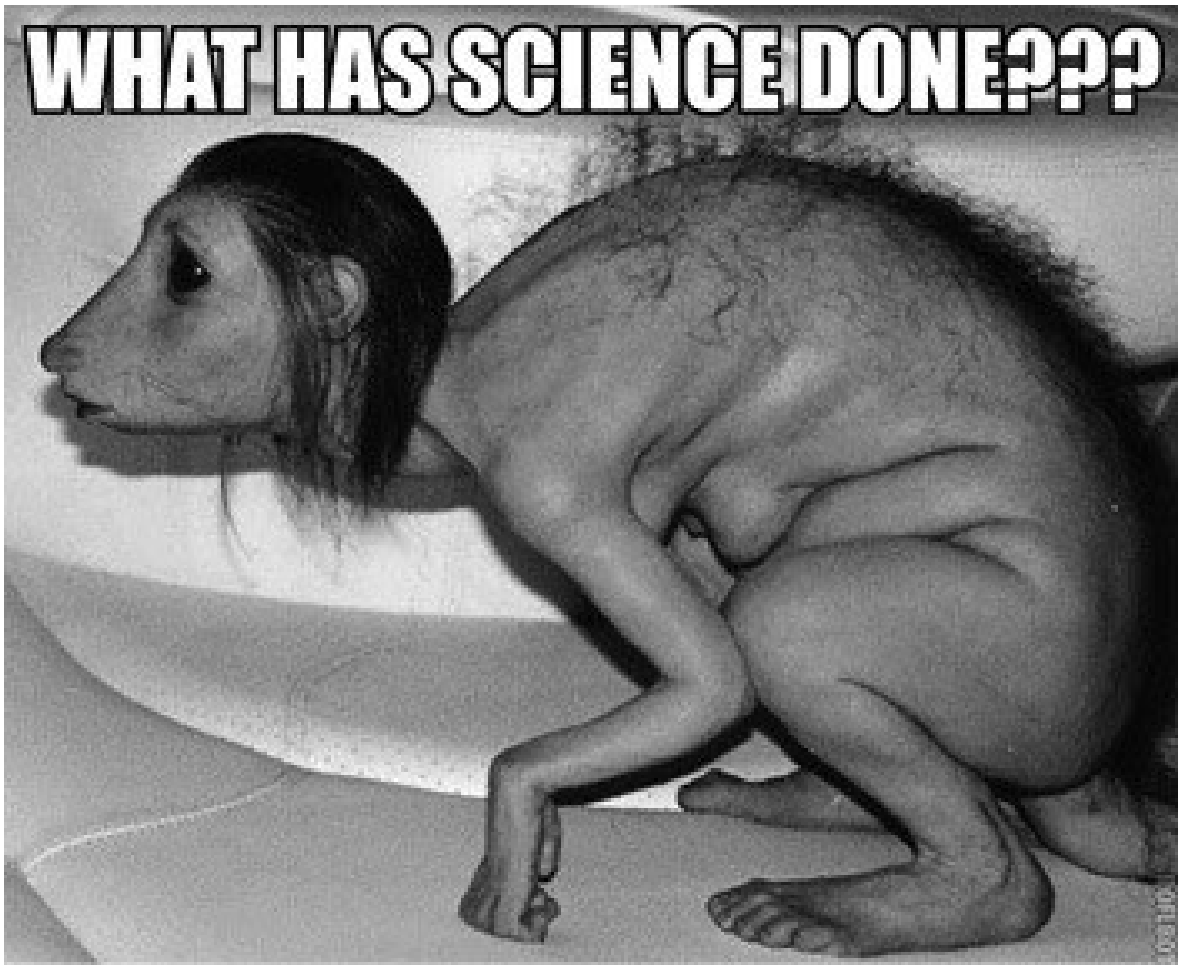
sus propios límites. Por supuesto, la información que circula sobre la obra también tiene capacidad para determinar su valor en el mercado. Como escribe McKenzie Wark en su ensayo My Collectible Ass: «La información sobre la obra de arte es lo más importante. Lo que establece el valor de la obra es el hecho de que la gente hable y escriba sobre ella y que difunda (sin autorización) imágenes. Cuanta más información acerca de la obra circule, más aumenta su valor. La obra es en sí misma un derivado del valor de sus simulaciones».[77]

el público inconsciente

El círculo se cierra, ya que el arte se empeña en imitar la vida y la vida imita el arte. Todas las palas quitanieves de las ferreterías imitan la de Duchamp en un museo.

allan kaprow[78]

Las obras de Patricia Piccinini son esculturas hiperrealistas que tratan temas como la mutación genética, la fusión entre el humano y la máquina y los peligros de la investigación transgénica. Las criaturas que hace, que luego fotografía en un set neutro fuera del contexto museístico, se prestan a ser distribuidas online, dando vida a teorías de lo más disparatadas sobre su proveniencia. Una de las obras en particular, una escultura que forma parte de la gran instalación The Leather Landscape, presentada en la Bienal de Venecia de 2003, circula desde hace años por la red, donde se usa como composición iconográfica para ilustrar historias tan absurdas como la captura del mitológico chupacabras, la prueba de la existencia de seres híbridos, mitad humanos mitad animales, creados en laboratorios secretos rusos y hasta el avistamiento de alienígenas. El pie de foto más extendido dice: «¿Qué ha hecho la ciencia?», dando a entender que la criatura es el resultado de un experimento realizado en un laboratorio secreto.



Un meme basado en la obra de Patricia Piccinini, imagen encontrada

Se trata del ejemplo más llamativo de lo que le puede sucederle a la imagen de una obra de arte durante su viaje en solitario por los meandros del mundo internauta. El uso impropio de material proveniente de exposiciones y museos puede probarse a través de una casuística muy amplia, que comprende performances tomadas por situaciones cotidianas, objetos inventados que se consideran productos reales y fotografías utilizadas para vehicular mensajes muy alejados de las intenciones del autor original.

Las instalaciones de Erwin Wurm, por ejemplo, se usan como plantillas en la serie Go Home, You’re Drunk —una expresión muy popular en la red que se emplea para ironizar sobre situaciones absurdas y para subrayar un fallo

espectacular o particularmente ridículo—. Las obras del artista austríaco poseen un estilo que presenta una gran afinidad con la cultura visual de internet, y no solo en las esculturas, también en el sector performativo. Tanto es así que sus One Minute Sculptures muchas veces se asocian con memes comportamentales como el planking, pues se amoldan fácilmente a usos de ese tipo. El camión curvo que se sostiene contra un muro, la casa que parece caída del cielo y los automóviles obesos son meme-triggers perfectos: objetos a medio camino entre lo real y lo absurdo que, una vez separados de sus contextos de procedencia, empiezan a funcionar como depósitos donde satisfacer esa hambre continua de lo insólito y lo extraordinario, que es una de las fuerzas más poderosas a la hora de producir e intercambiar imágenes en la red. Como explica Kevin Kelly en The Improbable Is the New Normal, «cada minuto que pasa se sube a internet alguna cosa nueva imposible, y ese evento improbable es solo uno entre los centenares de eventos extraordinarios que observaremos y escucharemos a lo largo del día. Internet es como una lente capaz de transformar lo extraordinario en un haz de luz, y ese haz de luz se ha convertido en nuestra iluminación, que comprime lo improbable en una pequeña franja visible de cotidianeidad. Cuanto más tiempo pasamos online —casi todo el día, un día detrás de otro—, más nos iluminará esta extraordinaria compresión. Es la nueva normalidad».[79]

Un meme basado en la obra de Erwin Wurm, imagen encontrada

En la era de internet todo se puede documentar, recuperar y compartir. También, y sobre todo, los hechos más insólitos, las habilidades más asombrosas, rarezas y absurdeces, la excelencia más sorprendente y los fracasos más estrepitosos. En semejante ecosistema, las obras de arte contemporáneo —que con frecuencia exploran el territorio de lo inusual y lo raro— tienden de forma natural a mimetizarse, introduciéndose en la cinta ininterrumpida de imágenes curiosas e insólitas, las predilectas de los internautas. Precisamente sobre ese tema trata un proyecto como Jogging, fundado por Brad Troemel y Lauren Christensen en 2009 con el fin de explorar el nacimiento de este nuevo tipo de público. Durante años, el blog ha subido imágenes que eran el resultado de un trabajo de collage y retoque fotográfico en fotos encontradas gracias a Google Image Search. El pie de

foto que las acompañaba las describía, sin embargo, como obras de arte: instalaciones, pinturas, esculturas y performances, con los datos del autor, el título, la técnica utilizada y el año de producción. En definitiva, toda la información que generalmente encontramos en los museos. La capacidad de crear contenidos con una alta tasa de viralidad, unida al uso experto de los instrumentos de publicación y difusión de Tumblr, hizo que muchas de las imágenes de Jogging llegaran a un público amplísimo, acumulando centenares de miles de visualizaciones y de comparticiones.

Este experimento de difusión viral ha permitido a sus autores trazar una casuística ejemplar de las reacciones más comunes de lo que Troemel llama «público accidental»: la más recurrente la resume muy bien la expresión «WTF, I don’t even», una frase muy difundida en la red que se utiliza para describir un estado de estupor y de confusión: ¿qué estoy viendo?, ¿de dónde sale esta imagen?, ¿cómo debo interpretarla? Le sigue de cerca otro meme textual, «You’re doing it wrong», usado por quien interpreta la imagen como un epílogo fallido de una acción determinada. Al no reconocer la imagen como una obra de arte, el usuario pierde de vista la intención subversiva o irónica y traslada lo que ve del territorio de la estética al de la funcionalidad, cerrando en cierto modo el círculo duchampiano del ready made y reinsertando el arte en la vida cotidiana. El ejemplo más flagrante de esta dinámica lo encontramos en la foto Hair Straightener Used to Cook Individual Piece of Bacon, que subió a Jogging en 2012 el artista Aaron Graham. Inspirándose en webs tan conocidas como There I Fixed It, donde se publican torpes y divertidos intentos de arreglar objetos rotos utilizando materiales inadecuados y soluciones no «profesionales» que tienen como resultados ensamblajes improbables, Graham fotografió una plancha para el pelo con una tira de beicon dentro, proponiendo un uso alternativo del electrodoméstico, y categorizó la obra como «performance».

Aaron Graham, Hair Straightener Used to Cook Individual Piece of Bacon, 2012. Cortesía del artista

La imagen, compartida millares de veces, se ha convertido en un clásico del mundo de los memes: el carácter humorístico del objeto, unido a la pasión de los estadounidenses por el beicon (con la correspondiente abundancia de memes al respecto), es lo que ha dado lugar a la enorme difusión de la foto, que ahora campa por miles de webs, sin atribución, mezclada con otras imágenes de rarezas domésticas como la de la plancha que se usa para calentar una pizza, el iPhone convertido en un abrebotellas y el carro de la compra que hace de parrilla para asar la carne. Al hacer una simple búsqueda en Google descubrimos que el artista «encontró», a su vez, la idea en internet: hay muchísimas páginas que, mucho antes del post de Jogging, hacen referencia a la posibilidad de cocinar el beicon en una plancha de

pelo; existen conversaciones en Reddit sobre el tema, preguntas en Yahoo Answers y hasta una página de un hospital inglés que avisa de los peligros que puede provocar este método de «cocina alternativa». Nos encontramos, por tanto, ante un caso de ready made: el artista encuentra una imagen o un concepto, lo saca de la vida cotidiana, añade su firma y un pie de foto. Pero después, en lugar de exponer la obra en un museo, la vuelve a colgar en internet, donde la información contextual rápidamente se pierde, llevando de nuevo la imagen al punto de partida. También podemos considerar la estrategia de Jogging como una forma de clickbaiting: el artista atrae la atención de los usuarios de la red con una imagen que responde a ciertos cánones, que ha sido estudiada expresamente para que se convierta en un meme, empujando así a los internautas a buscar la fuente del contenido clicando en la página del artista, que aparece al pie de cada post. La mayor parte del público, sin embargo, no llega a tanto: se limita, si acaso, a disfrutar de la imagen sin obtener ninguna pista sobre su estatus original.

Si analizamos la imagen de Graham desde el punto de vista histórico-artístico, no será difícil reconocer los elementos que aluden al estilo visual y conceptual del ensamblaje dadaísta y surrealista, en el que la mecha que encendía la imaginación se encontraba en la unión de elementos incongruentes. A propósito de esto, otra cosa similar son los objetos absurdos de Jacques Carelman, quien en 1969 publicó el Catálogo de objetos inencontrables, una parodia de los catálogos de venta por correspondencia repleta de cosas extrañas y divertidas: desde la cafetera para masoquistas con la boquilla girada hacia la mano de quien la use hasta la máquina para «poner los puntos sobre las íes», pasando por la mesa que se balancea o el preservativo de encaje. «Algunas personas desvían los aviones, otras los fondos públicos o la conversación. En lo que a mí respecta, yo prefiero desviar el uso corriente de los objetos comunes. Es mucho menos peligroso, más honesto e infinitamente más divertido. Mis objetos, perfectamente inutilizables, son exactamente lo contrario a esos gadgets que abundan en nuestra sociedad consumista»,[80] comentaba el artista, quien además era miembro del Collège de Pataphysique, el cenáculo de la filosofía patafísica, que se inspira en la paradójica «ciencia de las soluciones imaginarias», inventada por Alfred Jarry a comienzos del siglo xx.

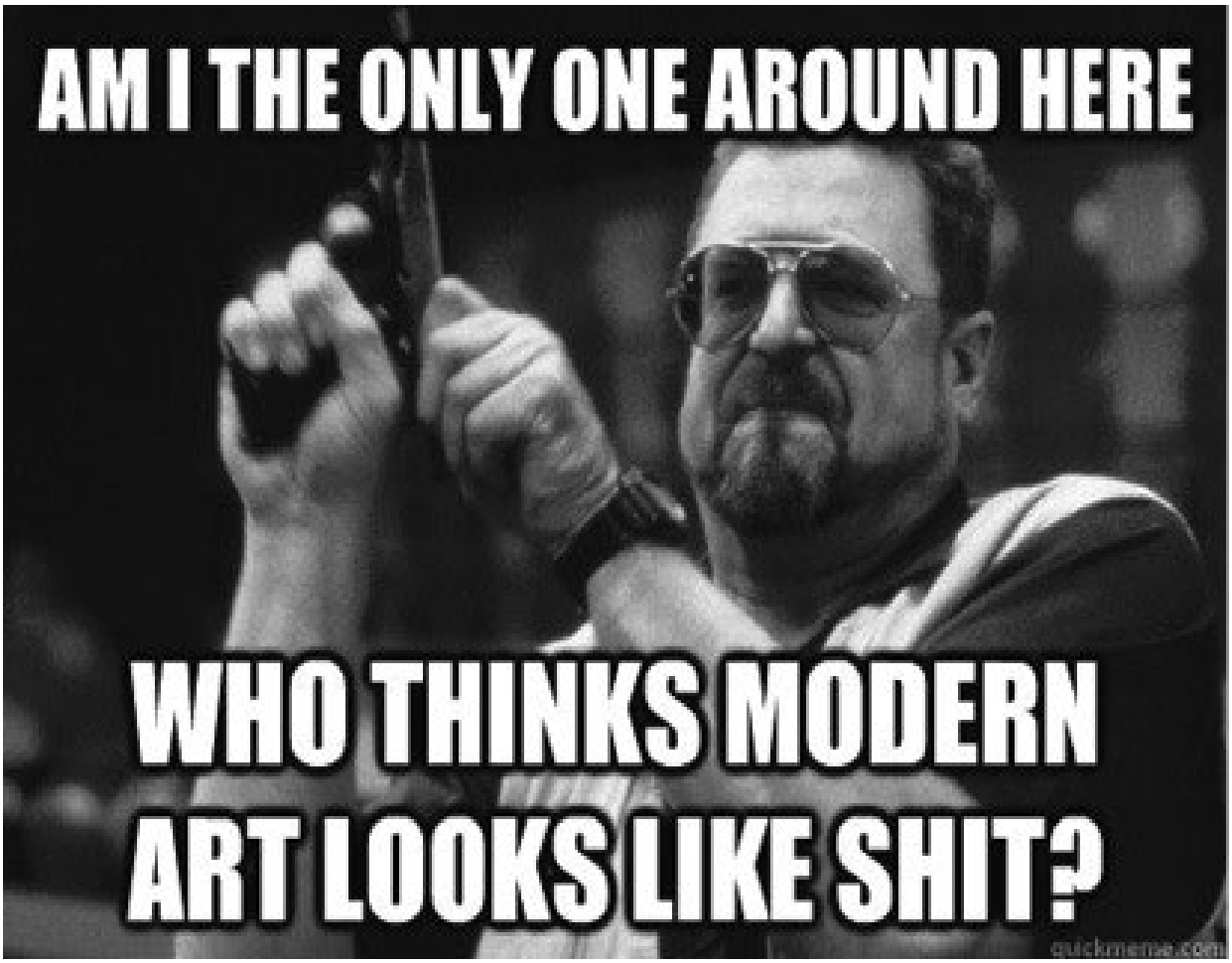
Una estrategia de clickbait conceptual parecida es la desarrollada por el artista belga Tom Galle. Sus fotografías, difundidas en plataformas como

Tumblr e Instagram, se basan conscientemente en la estética de los memes y de las imágenes virales y escenifican situaciones y objetos que llaman fácilmente la atención de los usuarios de la red, mimetizándose en el flujo diario de contenidos que aparecen sin cesar por nuestras pantallas. Sus imágenes más famosas, como MacBook Selfie Stick (una absurda y poco práctica versión gigante del palo para hacer selfies) y Tinder VR (que retrata a un hombre con la intención de interactuar en la aplicación de citas con gafas de realidad virtual), se han convertido en hits virales instantáneos gracias a su capacidad para concentrar en una foto el zeitgeist irónico, sensacionalista y paradójico de una generación nacida y crecida con las redes sociales.

En su ensayo acerca de la accidental audience,[81] Brad Troemel describe otro tipo de reacción frente a los posts de Jogging: aquella que resume la expresión «my kid could do it» o, dicho de otro modo, «hasta un niño lo sabría hacer». Cuando el público accidental reconoce la intención artística de una determinada imagen, y quizá entra en la web del autor o de la galería que lo representa, la respuesta más habitual es un rechazo cargado de rabia y desprecio. La semejanza formal entre las imágenes virales que circulan por internet y la tradición de la vanguardia del siglo xx acaba por dejar al descubierto, a ojos de los profanos, un elemento tan aceptado en el mundo del arte como criticado fuera de él: la pérdida de la importancia de las competencias técnicas y manuales que tradicionalmente se han asociado a la actividad artística. Se trata de un proceso de de-skilling que ha modificado radicalmente la manera en la que concebimos el arte y sus productos, desviando el centro de gravedad desde la ejecución hasta la ideación; pero, mientras que para la comunidad artística este es un hecho consumado, para una amplia franja del público se trata, un siglo después del primer ready made, de la transformación del arte en una tomadura de pelo, un timo bien orquestado que desorienta y ofende.

Como sucede con todo, la lectura de los fenómenos cambia en función del punto de vista. Si observamos el paisaje desde una ventana del pequeño y aislado castillo del arte contemporáneo, este vasto hervidero de creatividad espontánea e irregular se ve como la realización de uno de los proyectos históricos de las vanguardias: los comportamientos artísticos por fin llegan a la vida cotidiana. Las vanguardias históricas querían emancipar la actividad artística, liberarse de las constricciones de la academia, de las ataduras del

estilo, de la prisión de la técnica, de los vínculos con el mercado y acercar lo máximo posible el arte a la vida para transformar el gesto artístico en un instrumento de conciencia y también, quizá, de lucha política. Hoy puede considerarse que este deseo, en cierto sentido, se ha cumplido: nunca antes en la historia tantas personas se habían dedicado a la creación y manipulación de imágenes; nunca antes los comportamientos artísticos —de la performance al détournement y al gesto conceptual— habían tenido tanta difusión ni habían sido globales.



Meme contra el arte moderno, imagen encontrada

Sin embargo, fuera del sistema, la expansión ilimitada de las fronteras del arte no se ha vivido como una oportunidad, sino más bien como un intento

de infravalorar la actividad artística, de excluir al gran público de su disfrute y también de especular sobre la venta de objetos considerados irrelevantes y pretenciosos. La revolución provocada por las tecnologías digitales, que ha hecho factible la oportunidad de participación de aquello que antes llamábamos «público», ha complicado aún más este paisaje. Para quien lo observa «desde abajo», inmerso en el magma indistinto y frenético de la producción amateur, ese comportamiento es una acción natural, mientras que el arte todavía representa algo raro, excepcional, sagrado; algo que no debe confundirse con aquello que «hasta un niño sabría hacer».

Existe un tipo de meme dedicado justamente a este tema. Imágenes, vídeos y GIF animados que se burlan del arte contemporáneo en un intento de demostrar su inutilidad, su vacuidad, su inconsistencia. Si hacemos una búsqueda rápida en YouTube, encontraremos montones de clamorosos rants que tienen como protagonistas a personas de todas las edades y condiciones sociales: personajes públicos, como el locutor de radio inglés Paul Joseph Watson, representante de la nueva derecha y editor de la página web Infowars, chavales que están en el instituto y se lamentan de tener que estudiar los odiados manuales de historia del arte, profesores de pintura de cierta edad y hasta niños de primaria. El hilo conductor, ya sea en imágenes o en vídeos, es la incapacidad para aceptar que en el arte no existe la posibilidad de un juicio objetivo ni criterios universales que permitan decretar la calidad de una obra y, consecuentemente, tampoco de distinguir a los artistas de los no artistas. Este vacío no se considera un espacio de libertad, sino un generador de arbitrariedad e injusticia. Por lo tanto, en esa búsqueda espasmódica de un criterio unificador y democrático, el único asidero que queda es la habilidad técnica, que se celebra y se busca espasmódicamente como prueba de seriedad y de talento auténtico.

Mientras que en los libros sobre arte y en las revistas especializadas se habla del nacimiento de un nuevo arte popular y de las potencialidades democratizadoras de las nuevas tecnologías, en el underground de las redes sociales se espera la enésima vuelta al orden. Las acciones que solemos identificar como comportamientos artísticos no son vistas como tales por quienes las llevan a cabo. Esta paradoja la explica muy bien Boris Groys en el ensayo Global Conceptualism Revisited: «Hoy, las redes para la comunicación, como Facebook, YouTube y Twitter, ofrecen al conjunto de la población global la posibilidad de presentar sus fotos, sus vídeos y sus textos

yuxtapuestos de tal manera que los hace indistinguibles de las obras de arte posconceptuales. La gramática visual de una web no es muy diferente de la de una instalación. A través de internet, el arte conceptual se ha convertido en la actualidad en una práctica cultural de masas».[82]

Es interesante, bajo la luz de lo hasta aquí descrito, rescatar el concepto de art-amusement, un término acuñado en 1965 por George Maciunas, el fundador de Fluxus. Bajo la propuesta de una profunda revolución en el modo de concebir el arte y su papel en la sociedad, el artista lituano hacía una comparativa, en una especie de tabla, del sistema del arte tradicional, con su estatus «elitista y parasitario», y un deseable y nuevo modelo; una fusión de diversión, juego, ironía y conceptualismo de estilo dadaísta, tutelada por Duchamp como divinidad: «El artista, para establecer su estatus no profesional en la sociedad, debe demostrar superficialidad y disponibilidad, debe demostrar la autosuficiencia del público, debe demostrar que todo puede ser arte y que todos pueden hacerlo. De ahí que el art-amusement debe ser simple, divertido, no pretencioso, debe ocuparse de aquello que es insignificante, no debe exigir habilidades ni pruebas infinitas, no debe tener ningún valor comercial o institucional. El valor del art-amusement disminuye al hacer del propio art-amusement algo ilimitado, de masas, alcanzable para cualquiera, si no ya producido por cualquiera. El art-amusement de Fluxus es una retaguardia sin ninguna pretensión ni necesidad de rivalizar con las «competiciones al alza» de la vanguardia. Lucha por las cualidades monoestructurales, y no teatrales, del simple hecho natural, de un juego o de un gag. Es la fusión entre el vodevil a lo Spike Jones, el gag cómico y los juegos para niños de Duchamp».[83]

La adopción por parte de Fluxus de una actitud juguetona y alegre, así como de un comportamiento alejado de la atmósfera más marcadamente activista de los primeros años (Maciunas menciona incluso el concepto de retaguardia), ha llevado a muchos a infravalorar su carga subversiva y utópica, interpretándola como un signo de debilitamiento.[84] Sin embargo, si releemos la teoría del art-amusement con la mirada puesta en el presente, nos damos cuenta de lo proféticas y precisas que eran las palabras de Maciunas: el nacimiento de un arte híbrido y popular que se ocupa de cosas «insignificantes», la no necesidad de contar con habilidades específicas y el no tener ningún «valor comercial o institucional», todo ello se ha hecho

realidad sin que los artistas lo facilitaran en lo más mínimo y sin que el sistema hubiera reconocido su presencia.

En el juego mental The Game (muy popular dentro del ámbito de las subculturas online), el objetivo principal es evitar no solo hablar del juego, sino pensar en él. Las reglas son sencillas, pero ganar es prácticamente imposible: en todo el mundo, todos están jugando aunque no lo sepan; si piensan en el juego, o si lo nombran, pierden. Así funciona hoy el arte: todos hacemos arte, aunque no lo sepamos; pero si mientras lo estamos haciendo pensamos en él, o si lo nombramos, lo estamos llevando de nuevo a su estado precedente. Y retroceder de nivel, en cualquier juego, significa perder.

Una obra de Maurizio Cattelan convertida en meme, imagen encontrada

CONCEPTUALISMO SALVAJE

objetos encontrados

Empecé a darme cuenta, también, de que la gente inteligente y sensible de mi entorno tenía experiencias con partes no artísticas de su mundo visual, y de tal calidad y coherencia que delimitar experiencias similares como arte no supondría una diferencia significativa; quizá la humanidad estaba empezando a superar la necesidad del arte a ese nivel; comenzaba a abordar su mundo estéticamente.

joseph kosuth[85]

Hemos visto que fuera del mundo del arte cada vez más gente ha empezado a adoptar —la mayoría de manera inconsciente— conceptos y prácticas que recurren directamente a la tradición de las vanguardias. Para describir estas tácticas culturales, que encuentran en internet un caldo de cultivo privilegiado, el escritor y crítico cultural canadiense Darren Wershler ha acuñado la expresión conceptualism in the wild [86] —o «conceptualismo salvaje»—, a propósito del carácter espontáneo y no codificado de dichas tácticas, que muchas veces se convierten en memes y emprenden un camino de remix y recontextualización perpetua. Lo ha descrito muy bien el poeta estadounidense Kenneth Goldsmith, paladín de la apropiación como estrategia artística: «La cultura de los memes está produciendo formas extremas de modernismo, mucho más allá de lo que el modernismo nunca pudo llegar a soñar, y lo hace la mayoría de las veces ignorando sus antecedentes. Como el tipo que canta los términos y condiciones de una página web en YouTube sin haber visto nunca a Baldessari cantar las declaraciones de LeWitt sobre el arte conceptual, o como aquel otro tipo que grabó con su iPhone un vídeo de un segundo de duración todos los días durante un año sin conocer la obra de Tehching Hsieh. A veces tengo la

sensación de que las personas que trabajan en una oficina entienden mejor la cultura contemporánea que la mayoría de los comisarios y críticos». [87]

Un autorretrato de Man Ray (1943) y una performance en YouTube

En el artículo que da nombre al fenómeno, Wershler hace referencia al mundo de la poesía y pone una serie de ejemplos de escritura conceptual que, recordando el concepto de ready made, identifica como «findables» (objetos encontrados/encontrables). En este caso, a diferencia de lo que ocurre en la práctica duchampiana, no estamos ante un artista que elige un objeto cotidiano y lo transforma en una obra de arte; es más bien el ojo del historiador del arte o de la literatura el que se topa con situaciones que revelan profundas afinidades con un cierto tipo de obra conceptual

(«uncanny doubles», las llama el autor). Se trata de artefactos, escribe Wershler, «que no han sido concebidos como poemas; no han sido producidos por personas que se identifican a sí mismas como poetas; circulan de forma promiscua, y la mayoría de las veces anónima, y ninguna comunidad interpretativa los recibe ni los identifica como literarios».[88] Es el caso del scammer nigeriano que reescribió a mano el texto íntegro de Harry Potter y la cámara secreta, también del ingeniero informático que tradujo Moby Dick usando emoticonos o del bibliotecario que convirtió el Ulises de Joyce en símbolos de código QR.

Un discurso parecido puede aplicarse a las artes visuales, donde la cantidad y las tipologías de findables que podríamos utilizar como ejemplo impresionan por su número y diversidad. A propósito de esto, Goldsmith cita el meme que se conoce como Downfall Hitler Bunker o Hitler Reacts: en los vídeos de esta serie, una conocida secuencia extraída de la película El hundimiento (2004) —en la que un Adolf Hitler interpretado por Bruno Ganz entra en cólera tras recibir la noticia de que no se ha producido el contraataque a los rusos y de que la derrota del Ejército alemán es inminente — se subtitula con textos arbitrarios. El ataque de nervios de Hitler, que grita, insulta y pega puñetazos, lo utilizan los usuarios de YouTube como reacción a las situaciones más dispares: de la insatisfacción creada por la nueva versión de un software a la caída de los mercados financieros. Hay centenares de miles de versiones en forma de vídeos, imágenes y GIF animados que han hecho de este contenido viral uno de los más populares de la historia reciente. Una vez más, vale la pena subrayar que la idea de subtitular un contenido de vídeo cambiando completamente su sentido es en lo que se basa el détournement que hizo en 1974 el director y escritor situacionista René Viénet sobre el film japonés Terrifying Girls' High School: Lynch Law Classroom, dirigido por Norifumi Suzuki; la película resultante, rebautizada Les Filles de Kamare, mantiene el sonido original, pero interviene introduciendo nuevos subtítulos en francés.

Si bien las estrategias del movimiento situacionista son la comparación más recurrente a la hora de analizar el «conceptualismo salvaje», también existen otras referencias. Además de los ya mencionados supercuts, que, por la manera de montarlos, recuerdan al videoarte contemporáneo, podemos citar el género de los 10 hours videos. Iniciado en 2011 con Nyan Cat 10 hours, que subió a YouTube el usuario TehN1ppe, esta tendencia explotó en los

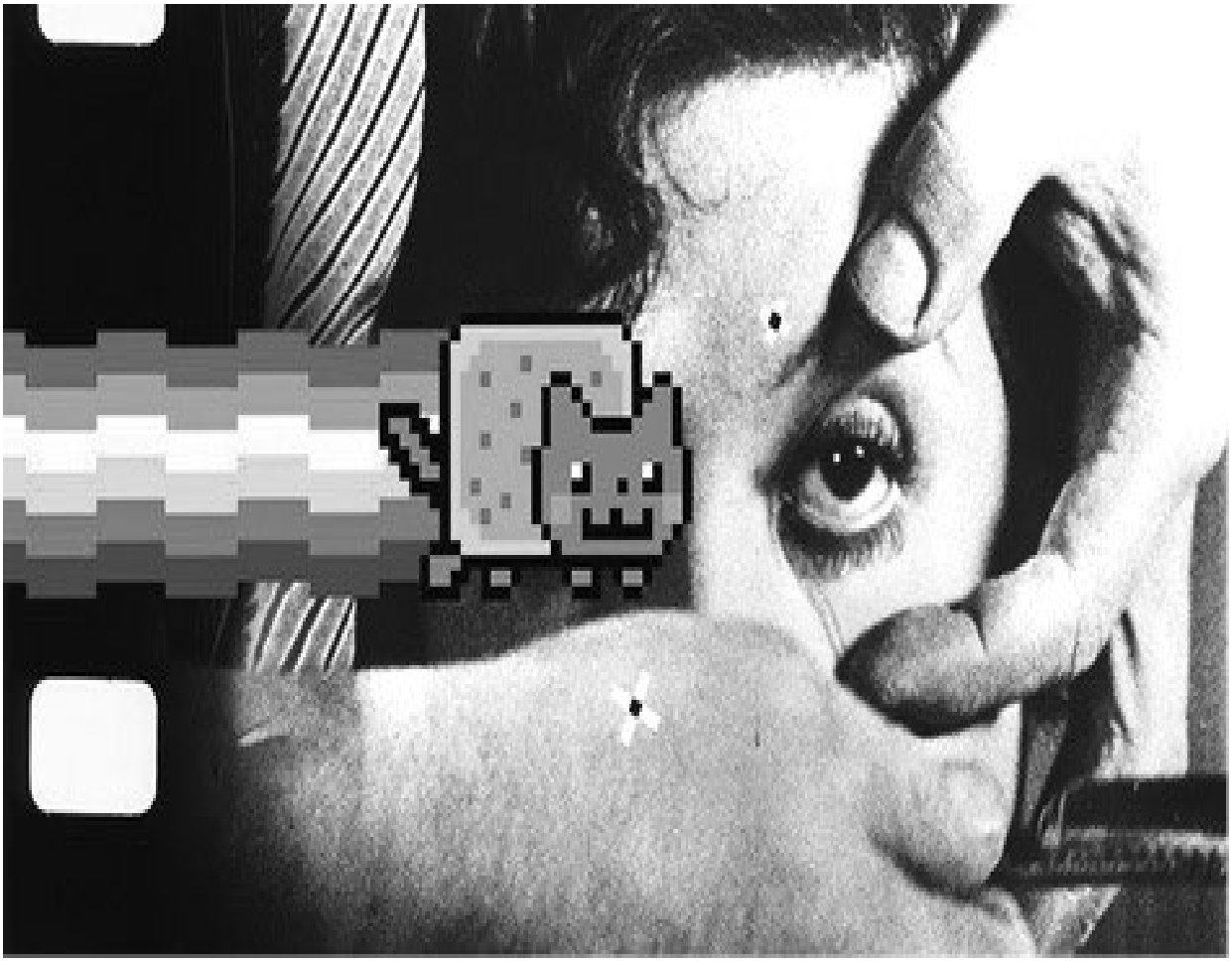
meses siguientes, con una proliferación de vídeos que reproducen una y otra vez el mismo contenido con una duración inviable de diez horas. A la absurdez hipnótica de un gatito japonés que vuela en un cielo estrellado infinito, con los años, se han ido añadiendo contenidos cada vez más extremos: desde las diez horas de grabación de un plano fijo de una chimenea encendida o de una vela, o las diez horas de una pantalla en blanco, hasta las «10 horas de nada», en las que la pantalla permanece en negro y muda mientras la barra de progreso no hace más que medir el tiempo que pasa. Esto es un cruce entre aquella misteriosa ventana en el infinito del cuadrado negro de Kazimir Malévich y la pieza 4.33 de John Cage, composición en tres actos durante los cuales el músico permanece quieto, en silencio (de esta última obra existe, por cierto, una versión 10 hours, que subió a YouTube en 2014 el usuario Laika; lo acompañaba este lacónico comentario: «Can’t get enough of this shit»).

A esa misma familia pertenecen los directos transmitidos en Facebook que duran días o semanas, donde lo habitual es ver únicamente un objeto inmóvil, una habitación vacía o una breve secuencia de una película o de unos dibujos animados que se repite en loop. También dentro de este contexto podemos hablar del fenómeno de la slow TV. Se trata de transmisiones que documentan, sin ningún tipo de editing y en tiempo real, acciones cotidianas, como un viaje en tren de siete horas de duración, un crucero por los fiordos que se prolonga durante ciento treinta y cuatro horas o el plano fijo de un cubito de hielo derritiéndose. Experimentos todos ellos de enorme éxito —que se transmiten en canales de televisión y en plataformas de streaming como Netflix y YouTube—, que históricamente son hijos del cine de vanguardia hecho por autores como Andy Warhol, quien se hizo famoso, entre otras cosas, por haber rodado películas en las que no ocurre nada, donde lo único que se cuenta es el paso del tiempo: un hombre que duerme durante cinco horas y veinte minutos (Sleep, 1963) o el plano fijo del Empire State, de ocho horas y cinco minutos de duración (Empire, 1964). En una entrevista con Nigel Andrews, Warhol explicaba: «¿Mirar a un hombre que duerme dos minutos? No. ¿Por qué no mirarlo dormir durante seis horas? Todo está en movimiento, aunque no lo parezca. El significado de Sleep, si se quiere, es que no existe la inmovilización en la experiencia humana. Existe en la naturaleza. En Empire he filmado el Empire State Building durante ocho horas. El edificio no cambiaba, pero la luz del día sí. Y esto en el arte cuenta con una larga y venerada tradición

[…]. Cuando Monet se puso a pintar sus almiares o sus catedrales de Rouen, la gente no dijo en el tercer cuadro: “Venga, ya basta”».[89]

Las variaciones sobre el tema de la duración parieron un género aún más extremo —en el que el aburrimiento y la inmovilidad se convierten en performances— cuando algunos youtubers se lanzaron el desafío de ver quién era capaz de mirar ininterrumpidamente un vídeo de diez horas: el 6 de diciembre de 2001, el usuario GamePro subió a YouTube una «reacción» al Nyan Cat 10 hours. En el vídeo aparece sentado ante su escritorio, con un ordenador enfrente y un reloj a un lado, mirando, sin jamás levantarse, la secuencia del gato volador mientras se escucha una molestísima banda sonora. Desde entonces, el vídeo ha acumulado más de un millón y medio de visualizaciones y cerca de ocho mil comentarios.

Pasados unos meses, llegó la reacción a la reacción: Alexander Rhodes permaneció diez horas viendo el vídeo de GamePro mientras este, a su vez, ve durante diez horas el de Nyan Cat. La vertiginosa performance no acaba ahí: en abril de 2013, Andrew Hall empieza a ver a Alexander Rhodes, mientras este ve a GamePro viendo a Nyan Cat.



Nyan Cat dentro de un fotograma de Un perro andaluz de Luis Buñuel, imagen encontrada

Los internet challenges conforman otro universo de gran interés, una suerte de eslabón entre el arte performativo y los programas de televisión que se basan en superar pruebas ridículas y peligrosas, como ocurre, por ejemplo, en el estadounidense Jackass. Los desafíos, que se van alternando en oleadas siguiendo las tendencias, representan un stress test para el cuerpo, al que se somete a pruebas de resistencia y de concentración, como sucedía en muchos body art históricos y, por otro lado, la voluntad de participar en un ritual colectivo que une a personas alejadas en el espacio y en el tiempo gracias a la repetición de una misma acción simple y sin un fin concreto. Aunque muchos de estos desafíos se basan en el desarrollo de una tarea desagradable y arriesgada —como el Cinnamon Challenge, que consiste en ingerir una

gran cantidad de canela en polvo, o el Salt and Ice Challenge, que propone mezclar sal con hielo, lo que provoca dolorosas quemaduras en la piel—, también existen otros en los que el aspecto performativo es más evidente. Es el caso, por ejemplo, del Mannequin Challenge, que se hizo muy popular en 2016. Esta tendencia ha creado una serie de contenidos de vídeo brillantes: los protagonistas permanecen inmóviles en diferentes posiciones, como si el tiempo se hubiese detenido, mientras una cámara gira a su alrededor y de fondo se escucha como banda sonora el tema «Black Beatles» de Rae Sremmurd.

Muchos artistas conceptuales de los años sesenta y setenta del pasado siglo también hacían experimentos poco científicos y muy surrealistas. Recordemos por ejemplo el Royal Road Test (1967), de Ed Ruscha, en el que se lanzaba una y otra vez una máquina de escribir desde un coche en movimiento para después documentar al detalle los efectos que había provocado. También Grass Piece (1969), de Lee Lozano, un peligroso test de resistencia a la ingesta de marihuana, cuyas instrucciones decían lo siguiente: «Consigue una buena dosis —una onza o algo más— de hierba de alta calidad. Fúmatela todo lo rápido que puedas. Pásate el día fumado, y así todos los días. Verás qué ocurre».[90]

Para su futura[91] performance en la Royal Academy de Londres, Marina Abramović ha anunciado su intención de «cargar» su cuerpo con un millón de voltios de electricidad y usar después esa energía para apagar una vela.[92] Al relacionar el componente físico con el espiritual, al mismo tiempo que pone a prueba los límites de su cuerpo, la acción puede entrar a formar parte del hilo de investigación de la artista serbia; sin embargo, en un contexto cultural profundamente transformado, también trae consigo ecos muy diferentes. De hecho, es difícil para quien tenga cierta familiaridad con YouTube no asociar la idea de Abramović con los internet challenges y, sobre todo, con los muchos y locos experimentos científicos de «hazlo tú mismo» que se publican en esa plataforma. Entre ellos, hay uno donde se reproduce con gran exactitud la idea de Abramović: en el canal Kreosan, gestionado por el ruso Alexander Kryukov, se subió en diciembre de 2017 un largo vídeo en el que el protagonista se carga con un millón de voltios de energía y luego utiliza este superpoder temporal para apagar velas, mover pelotas y generar pequeñas sacudidas. Se podría objetar, y con razón, que el parecido no invalida en modo alguno el proyecto de Abramović, y que

siempre la intención y el contexto —muy diferentes en los dos casos citados — son quienes hacen la obra de arte. Pero, en la época de internet, el «contexto» ha perdido por completo su condición de estabilidad; ahora cambia continuamente y carece de límites claros.

Desde el momento en el que una performance puede verse en YouTube, acabar entre fotos personales de un blog, memes y tutoriales o transformarse en un vídeo viral en Facebook (como, de hecho, ha sucedido con algunas obras de Abramović), su capacidad de resistir la comparación con el mundo manteniendo su aura artística se vuelve débil y ambigua. «Para aceptar que algo es arte, es necesario que exista algo que el ojo no es capaz de percibir: un aire de teoría artística, cierto conocimiento de la historia del arte; un mundo del arte»,[93] escribe Arthur Danto en su ensayo The Artworld, publicado en 1964. Sin embargo, hoy al mundo del arte le cuesta definir su territorio: la actividad creativa florece entre cualquier tipo de maleza y, a pesar de los esfuerzos del sistema por mantener la autoridad y el control, la contaminación siempre está al acecho. Tanto es así que el artista ya no puede contar con una recepción controlada de su trabajo, y tampoco puede evitar que sus obras acaben colisionando con otros mundos, otras actividades, otras visiones de la realidad; ni que alguien se las apropie, las descontextualice, las desvíe, las desnaturalice o las malinterprete.

En las décadas de 1960 y 1970, el arte performativo se configuraba como un acto político a todos los efectos: servía como protesta, como rito liberador y como trigger de reflexiones sobre la naturaleza del arte y del sistema. Transformarse en un «generador humano» ahora, en la época de los fails y de los desafíos peligrosos, en un momento histórico en el que el cuerpo siempre está confrontándose con la sociedad a través de acciones cada vez más delirantes, es una elección que adquiere significados muy diferentes a los de entonces. No solo se pierde el efecto shock (been there, done that, comentaría un cibernauta), también desaparecen muchas de las referencias conceptuales que en el pasado se asociaban a este tipo de acción. El artista estadounidense Vito Acconci, quien al igual que Abramović ha trabajado mucho con su cuerpo, ha señalado en distintas ocasiones el profundo anacronismo de estas prácticas y la consiguiente necesidad de emprender un proceso de investigación diferente: «Hacer performances ya no tiene sentido», declaraba en 2014. «No sirve para nada y no entiendo las razones de quienes las hacen. Hoy el arte se ha convertido en un negocio para unos

pocos; en una cosa para ricos. A mí me interesa ser el centro de algo y con el arte ya no es posible, mientras que sí puede ocurrir si se hace arquitectura o diseño. Creando nuevos espacios arquitectónicos consigues llegar a la gente».[94]

El problema de la recepción del propio trabajo en contextos diferentes lo ha tratado también Chris Burden, el más radical de los artistas performativos de la época, que se hizo famoso por acciones como Shoot, en la que un amigo le disparaba en el brazo, o Transfixed, donde aparecía crucificado con clavos de verdad sobre el capó de un Escarabajo. Cuando, en 2013, lo entrevistaron en la revista SFAQ sobre por qué había decidido abandonar la performance, dijo: «En parte, ha sido por la prensa […]. Estuve a punto de no hacer Transfixed, porque sabía cómo la iban a interpretar los medios. Ya a mediados de los años setenta, tenía claro que a cualquier gesto que hiciera, a cualquier pensamiento que para mí era claro y preciso, la prensa le daría la vuelta».[95] Aunque la preocupación de Burden no incluía al público tanto como a los medios y su tendencia a manipular los contenidos con fines sensacionalistas, la decisión de investigar en otro ámbito más constructivo también nace de su conocimiento sobre el contexto en el que se inserta la obra.

Si el gesto acaba transfiriéndose de manera forzada al ámbito del «espectáculo», su valor conceptual y especulativo pierde potencia. La fuerza de las acciones de Burden, definidas con mucha eficacia por Acconci como serious pranks, provenía de la capacidad del artista para centrarse con extrema precisión en un tema y hacerlo eclosionar, mostrando así todas sus facetas, sobre todo las menos evidentes. Pero esa misma acción, filtrada a través de la lente deformante de la televisión y de los periódicos, acaba por verse como una broma cuyo único objetivo es llamar la atención. No es de extrañar que, para la prensa generalista estadounidense, Chris Burden no fuera más que «el Evel Knievel del mundo del arte», una versión museística del famoso stuntman.

Roberto Fassone y Valeria Mancinelli, The Importance of Being Context, 2014. Cortesía del artista

Un proyecto reciente que reflexiona acerca de la cuestión del contexto en el arte de la performance es The Importance of Being Context, creado por el artista Roberto Fassone en colaboración con la comisaria Valeria Mancinelli. Se trata de un archivo online nacido con la voluntad de «reunir vídeos que documentan famosas performances artísticas, gran parte de las cuales se realizaron en los años sesenta y setenta». En realidad, al navegar a través de los enlaces del archivo nos encontramos con contenidos de vídeo que muestran acciones llevadas a cabo por los usuarios de la red, seleccionados entre el enorme muestrario de YouTube. Así, mientras en el pie de foto se lee «Bruce Nauman, Self-portrait as a Fountain (1967)», en la pantalla vemos a un joven africano haciendo un truco con la boca para llenar dos botellas con

agua que retiene en el cuerpo. En lugar de Vito Acconci, que se echa jabón en los ojos en Soap and Eyes (1970), un usuario anónimo hace ese mismo challenge en otro vídeo; en otro más, un ciclista que se cae con la bicicleta dentro de un riachuelo ocupa el lugar de Bas Jan Ader en Fall II (1970). Este proyecto supone, según la descripción oficial, «una invitación abierta a repensar el arte de la performance, su cercanía con la vida cotidiana y su papel en el contexto artístico, al convertir una acción simple en una obra de arte; el uncanny valley que aleja los protocolos de la performance de los juegos populares».[96]

Ese valle inquietante es la base de otro fenómeno significativo, que se ha vuelto cada vez más habitual: el desembarco de las performances artísticas en el mundo de los vídeos virales. Ha ocurrido, como ya hemos comentado, en el encuentro entre Marina Abramović y Ulay en el MoMA, un vídeo que circula por numerosas páginas de Facebook transformado en un post lacrimógeno, con títulos como «Mirarse a los ojos», «Emocionante encuentro 30 años después» o «Nunca dejaremos aquello que hemos amado». Lo mismo ha sucedido con los DVD Screensaver Performances (2009-2011), de Constant Dullaart, una serie de acciones en las que el artista holandés interpretaba manualmente delante de las cámaras el movimiento de la pantalla de espera de los lectores DVD, para lo que utilizaba un logo de cartón que movía lentamente de una esquina a otra de la pantalla. Un caso curioso es el del ALS Ice Bucket Challenge: una iniciativa nacida con fines benéficos en 2014 para recaudar fondos destinados a la investigación de la esclerosis múltiple. Como apunta Mat Gleason, crítico de arte y fundador de la revista Coagula, el fenómeno se basaba en el uso de estrategias comportamentales que se atribuyen a dos movimientos artísticos: la performance y la social practice. Gleason afirma que «el ALS Ice Bucket Challenge evoca la relación que se establece entre el individuo y el gesto radical. Al igual que Chris Burden dejaba que lo dispararan para ver qué efecto tenía, muchos de los participantes en el challenge buscaban transformarse a sí mismos, en un gesto de investigación pública. Lo absurdo de una acción como puede ser empaparse con agua helada evoca las estrategias de gran parte del arte de la performance, que acerca el gesto transformativo a un ser humano ordinario».[97]

La elección de utilizar un gesto insensato, unida al carácter participativo que se apoya en el vector viral de la red para expandirse, hace del Ice Bucket

Challenge un caso único del arte performativo a nivel mundial. Al poder icónico de lo que el crítico estadounidense llama «el gesto transformativo» se suma el recurrir al tejido social, que se manifiesta tanto en el plano abstracto de la sensibilización como en el plano concreto de la recogida de fondos. Sacar la acción artística del sistema, involucrar al mayor número de personas posible y poner el arte al servicio de la comunidad son todos ellos objetivos confesos del arte participativo y relacional, un género en el que cabe perfectamente esta acción. Pero es precisamente su extrañamiento frente al sistema, junto con su connotación mainstream, lo que hace imposible reconocerla como una obra artística: el mundo del arte lleva mal las invasiones y desdeña con convicciones de todo tipo cualquier fenómeno que huela a popular, incluso cuando, como en este caso, las estrategias y las estéticas que adopta sean innegablemente de tipo performativo y contengan un potencial artístico disruptivo, sin hablar de un porcentaje de participación (en su mayoría) espontánea del público que hace palidecer casi cualquier proyecto de arte participativo que vemos en los museos.

Esa es la posición que defiende Brad Troemel en el ensayo What Relational Aesthetics Can Learn From 4Chan,[98] publicado en 2010. En ese texto el crítico estadounidense explica que muchas de las acciones colectivas nacidas en internet llevan a término la misión del arte relacional de manera bastante más eficaz que artistas considerados adalides del género, como Liam Gillick y Rirkrit Tiravanija. En este sentido, el ejemplo más emblemático es MARBLECAKEALSOTHEGAME, un proyecto (sería más correcto llamarlo raid) que nació en el famoso tablón /b/ de 4chan. En 2009, cuando el fundador de 4chan, Christopher Poole (alias m00t), fue considerado por la revista Time como candidato a la lista de las cien personas más influyentes del año, los participantes de /b/ orquestaron una compleja acción de hacking para manipular la clasificación online de la revista. El resultado no fue solo que Poole quedó en primer lugar, sino que las iniciales de los primeros veintiún clasificados formaban un mensaje secreto, «marblecakealsothegame», que solo los habituales del foro entendían, porque estaba compuesto por referencias ocultas para el gran público; la expresión marble cake hace referencia a un acto sexual, pero también es el nombre de la chat room donde nació el primer raid de Anonymous (aquel que lanzaron contra la cienciología), mientras que The Game es, como ya hemos visto, un juego psicológico muy popular en la red.

La de MARBLECAKEALSOTHEGAME es una acción colectiva, sin jerarquías ni autores conocidos, que involucró a un amplio grupo de personas durante varios meses para sabotear el sistema de los medios; su fin era alterar la percepción del público sobre el concepto de influencia. Lo que diferencia a este fenómeno de las acciones más canónicas del arte relacional promovidas por los museos y las galerías es principalmente la ausencia de dirección específica y de autoría. Desaparece, por tanto, la figura del artista chamán o taumaturgo, capaz de transformar todo lo que toca en una obra; la acción participativa no tiene reglas y está abierta a la improvisación, como rechazo radical de cualquier tipo de diseño de la interacción.

De ahí que, si bien la acción creativa de matriz colectiva parece ser un comportamiento espontáneo, inherente a la naturaleza misma de la red y de sus participantes, no deja de ser, por otro lado, un fenómeno artístico en estado salvaje que debe su vitalidad al rechazo de cualquier sistematización. Como escribe el artista Seth Price en Dispersion, un texto que ha tenido una gran influencia en todos los críticos que se ocupan de los cambios provocados por la revolución digital, «algunas de las actividades artísticas más interesantes de los tiempos recientes han tenido lugar fuera del mercado y de los lugares propios del arte. Grupos colaborativos y, en ocasiones, anónimos trabajan en los campos de la moda o la música con vídeos y performances y se ganan la admiración del mundo del arte, pero lo hacen conservando, en cierto modo, su estatus de outsiders, algo debido probablemente a su preferencia por un planteamiento teatral y orientado a la difusión. Quizá fuera esto a lo que se refería Duchamp cuando, ya anciano, comentó casi de pasada que el artista del futuro sería underground».[99]

El gran mito de la interactividad, que durante décadas han perseguido artistas y teóricos, volvió a ocupar en los años noventa el primer plano con la llegada de la web, y lo hizo de maneras muy diferentes a las imaginadas. La tan anhelada participación del espectador no se ha concretado mediante el diseño de interfaces que invitaran al público a pulsar botones, activar aparatos o navegar por un documento hipertextual. También se ha demostrado corta de miras la propuesta del arte relacional, destinada a involucrar mayormente a un reducido grupo de iniciados en el sistema artístico, dedicados a cumplir un rito conocido e inerte en la mayoría de los casos. En cambio, el proceso de inclusión gradual del público en la obra ha

llegado a completarse mediante la única vía posible: la que conlleva la desaparición definitiva de la línea de demarcación entre autor y espectador.

La performance de Marina Abramović The Onion (1996) (izquierda). El Cinnamon Challenge (derecha)

Ya en 1936, Walter Benjamin señalaba de manera profética que «la distinción entre autor y público está a punto de perder su carácter sistemático. Se convierte en funcional y discurre de distinta manera en distintas circunstancias. El lector está siempre dispuesto a pasar a ser un escritor».[100] Por otra parte, se trata de un hecho anunciado y sobre el que se ha teorizado en más de una ocasión, pero que, sin embargo, no ha tomado forma hasta hoy, con la llegada de un ecosistema cultural radicalmente

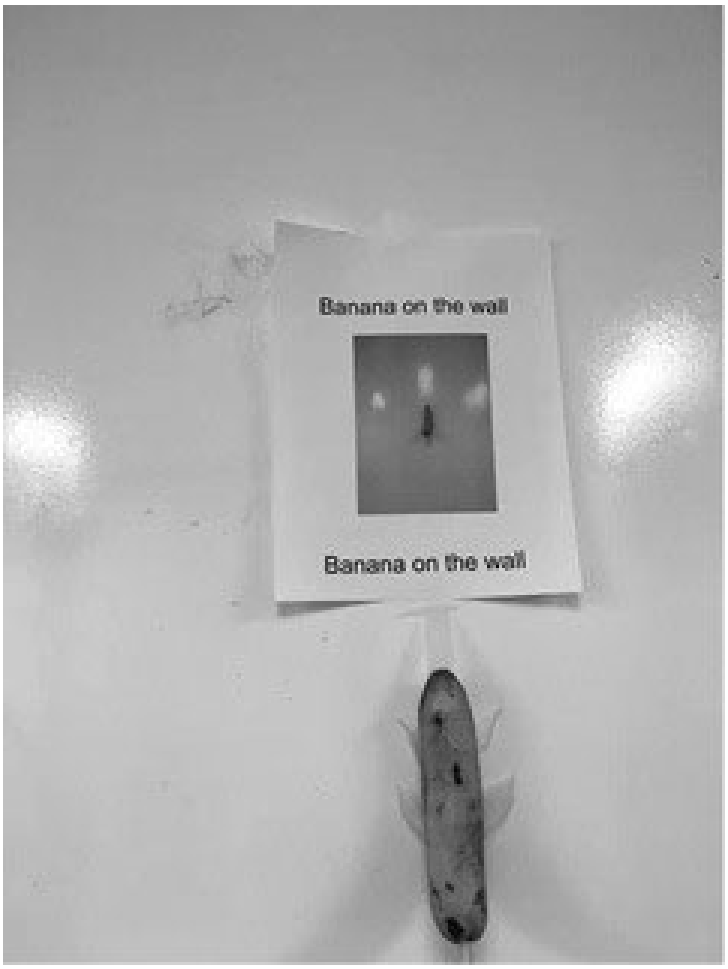
distinto. Un escenario en el que la construcción de la cultura se produce a través de la participación continua, fluida, irregular y popular, en el que muchas de las prácticas tradicionalmente asociadas a la historia del arte contemporáneo han entrado a formar parte de un lenguaje compartido y generalizado y en el que la apropiación, la desviación de significados, la manipulación de la imagen, la escenificación del yo y la deriva hacia lo absurdo y lo surrealista son partes integrantes de un juego colectivo universal.

En 1997, el artista esloveno Vuk Ćosić, uno de los fundadores del net art, declaró en la revista alemana Telepolis que «el arte era solo un sustituto de internet»;[101] con esa expresión bromista y paradójica introdujo un concepto de enorme interés y, en cierto sentido, premonitorio. Retomando la idea de Benjamin, según la cual todo medio nuevo realiza los sueños de las generaciones anteriores, y asignando al arte la tarea de «generar demandas que actualmente este no es capaz de satisfacer», Ćosić reconoce y describe con mucha anticipación lo que sería el terreno de cultivo ideal para el nacimiento del conceptualismo salvaje: «Ahora suena casi como una teoría de la conspiración, pero, si tomas algunos de los instrumentos conceptuales que inventaron Marcel Duchamp, Joseph Beuys o los primeros conceptualistas, descubres que hoy se han convertido en una rutina banal y cotidiana presente en cada correo electrónico que envías [...]. Hace ochenta años una acción así sería el más innovador gesto artístico jamás imaginado, pero comprensible para Duchamp y sus mejores amigos».[102]

Si bien es verdad que podemos vislumbrar en las palabras de Ćosić un entusiasmo que ahora nos parece utópico, típico de un movimiento que ha adquirido desde el primer momento las modalidades y actitudes de las vanguardias históricas, al anticipar la evolución de la red y del lenguaje artístico contemporáneo el papel del primer net art se manifiesta hoy como algo sumamente relevante. La asunción consciente de un papel crítico frente a las tecnologías de la red y su uso ha llevado a los artistas net a introducir un elemento caótico y experimental en el contexto de un medio, por lo demás, regular e institucionalizado: la web de los años noventa, de hecho, se conformaba de pocas páginas, en su mayoría oficiales y corporativas, imitaba la estructura de un catálogo y no se desviaba mucho de las convenciones gráficas de las publicaciones impresas. Los artistas fueron capaces de ver más allá de aquello que aún parecía un gran libro multimedia

y comenzaron a manipular las tecnologías y los lenguajes de la red a partir de métodos imprevistos y perturbadores. El colectivo Jodi creaba «agujeros negros» en la galaxia hipertextual de internet, experimentando sobre el tema del caos y el error y construyendo páginas web sin objetivo ni contenido, lugares en los que el código informático salía de su escondite de la interfaz para mostrar al mundo el verdadero rostro de la máquina. Alexei Shulgin utilizaba los elementos gráficos de las páginas web para construir una experiencia de navegación en la que la forma se convertía en el único contenido. Los 0100101110101101.ORG compartían su ordenador con todo el mundo, planteando, mediante un gesto de transparencia radical, los riesgos del sharing como práctica cotidiana y natural muchos años antes de la llegada de las redes sociales. I/O/D y Mark Napier imaginaban buscadores alternativos, artefactos para navegar «a contramano» por las páginas web, organizando la información de manera imprevista y sacrificando la legibilidad de los contenidos en favor de una reflexión filosófica acerca de la naturaleza de la interfaz.

Por su parte, el colectivo Etoy creaba el «rapto digital» al introducir una acción shock, con capacidad para sacudir al usuario y su conciencia durante la acción, muchas veces automática, de la consulta de contenidos a través de motores de búsqueda. En ese mismo periodo vieron la luz las primeras webs fake (FuckU-FuckMe, Vaticano.org, Gatt.org), los primeros softwares esquizofrénicos y semiautónomos (Auto-illustrator) y los primeros videojuegos modificados (Sod, Untitled Game, Velvet Strike). Todas estas experiencias, además de muchas otras similares, supusieron una anticipación visionaria de aquello que después se convertiría en la weird web, demostrando sobre el terreno la flexibilidad que poseía el medio y su capacidad para producir y vehicular contenidos alternativos, bizarros, experimentales, surrealistas y situacionistas. Explotando algunas de sus características inherentes, como la posibilidad de interactuar a distancia, producir de manera colectiva, utilizar el anonimato y el plagio y manipular y distribuir contenidos, el net art imaginó con dos décadas de anticipación la naturaleza de la red contemporánea. E imaginó también sus virtudes y defectos, exaltando su poder creativo y, al mismo tiempo, alertando en más de una ocasión de los peligros de manipulación, control, censura y homogeneización; problemáticas todas ellas que se han manifestado en los últimos años, tal y como han demostrado casos internacionales como las revelaciones de Edward Snowden o el escándalo de Cambridge Analytica.



Plátano sobre la pared, imagen encontrada

instrucciones virales

Utiliza tu propia sangre para pintar. Sigue pintando hasta que te desmayes. Sigue pintando hasta que mueras.

yoko ono[103]

Al igual que ocurría en el arte conceptual histórico, el acto creativo en internet toma a menudo la forma de un kit de instrucciones. Uno de los ejemplos más significativos es el proyecto 241543903, un caso muy especial que nació en el ámbito artístico, pero que enseguida encontró su lugar en la cultura cibernauta y se convirtió en uno de los «memes comportamentales» más famosos y longevos. Las indicaciones son sencillas: mete la cabeza en el congelador, hazte una foto, súbela a internet y añádele un tag numérico. Quien inició este juego fue David Horvitz, un artista conceptual que en abril de 2009 empezó a subir a Tumblr una serie de instrucciones, citando conscientemente famosas obras de los años sesenta y setenta, como las Instruction Pieces de Yoko Ono o los Statements de Lawrence Weiner. De todas estas «recetas» solo una se hizo viral y generó miles de interacciones y versiones modificadas. Incluso ahora, cuando ya han pasado varios años de aquello, si buscamos en Google Images el número 241543903, aparecen decenas de fotografías que muestran a personas con la cabeza dentro del congelador.

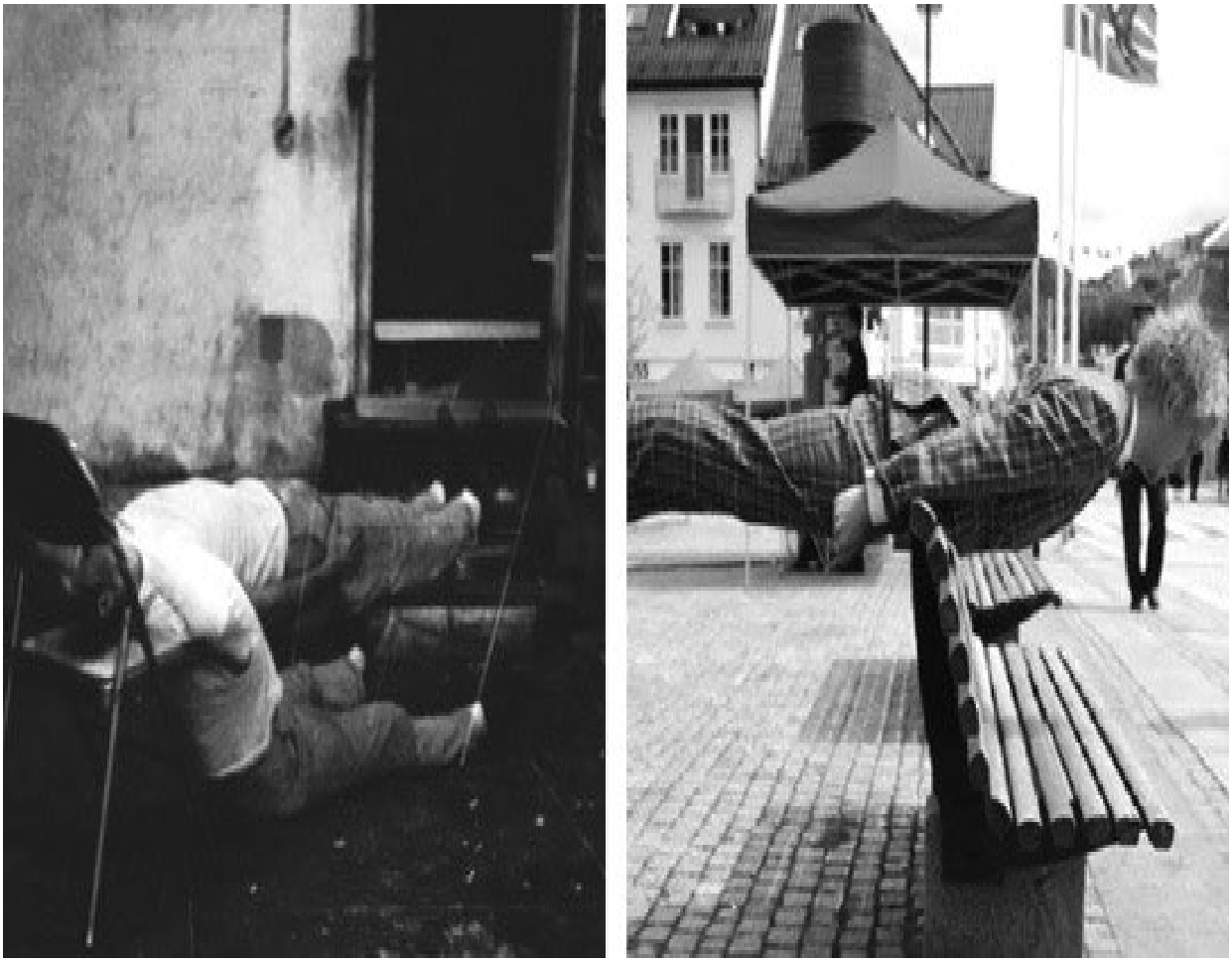
David Horvitz, 241543903, 2012-actualidad. Cortesía del artista y de ChertLudde, Berlín

Desde entonces hemos presenciado la difusión de montones de «performances virales»: el planking (tumbarse bocabajo sobre sitios insólitos), el owling (sentarse adoptando la postura del búho cuando se posa en una rama), el stocking (la reproducción de las poses propias de las imágenes de archivo), el teapotting (posar como si fueras una taza de té), el cone-ing (comprar un helado de cucurucho y sujetarlo por la parte del helado), el plumbking (hacer el pino con la cabeza dentro del váter) y el horsemaning, o falsa decapitación, que recupera un tipo de fotos con efectos especiales artesanales que se hizo muy popular en los años veinte del pasado siglo. En 2011, tras el escándalo del robo de las fotos del móvil a la actriz estadounidense Scarlett Johansson, nació la obsesión por el

scarlettjohanssoning: fotografiarse con el móvil desnudo frente al espejo mostrando la parte trasera del cuerpo.

A medida que la infección conceptual se propaga, las acciones originales se van modificando, se desechan y se reinterpretan, dando vida a un proceso de mutación infinita. Cada versión es, de hecho, una nueva performance que recuerda a sus predecesoras, pero las transforma de manera más o menos radical. El planking, en particular, nos evoca las acciones de artistas como Bruce Nauman (Failing to Levitate in the Studio, 1966), Charles Ray (Plank Piece, 1973) y Robert Kinmont (8 Natural Headstands, 1969-2005): cuerpos tendidos y rígidos que imitan a una tabla, o bien se apoyan sobre una pared en posiciones antinaturales o se colocan en una horizontalidad vertiginosa en entornos naturales o domésticos. Acciones, todas ellas, sin otro objetivo que el de representar las posibilidades expresivas del cuerpo humano generando situaciones de extrañamiento; un intento de evadirnos de la cotidianeidad introduciendo un elemento absurdo, un gesto inútil que adquiere sentido solo si se ve dentro de una cadena de gestos similares. Todos iguales y todos diferentes.

También se basa en instrucciones el proyecto Befnoed (By Everyone, For No One, Everyday) de Eva y Franco Mattes. Los dos artistas han decidido investigar el tema de la performance en la época de la participación global. Para ello, a través de plataformas de crowdsourcing, les han encargado a usuarios desconocidos que hagan una serie de acciones.



La performance de Bruce Nauman Failing to Levitate in the Studio (1966) es un ejemplo de planking, imagen encontrada

Después, los vídeos se cuelgan en oscuras plataformas de sharing, donde se mezclan de incógnito con otros contenidos y viven en los márgenes de la red. Las acciones que encargan suelen ser reenactments de performances históricas (es el caso de Lying Chairs, Lying Bench y Fingers Eyes), pero también se inspiran en los memes comportamentales más típicos de la web, uniendo lo ridículo y lo absurdo, lo inquietante y lo surrealista: hay hombres con pasamontañas que se cubren el cuerpo con snacks envasados, parejas de gemelos que permanecen inmóviles frente a una puerta, personas que lamen las ruedas de un coche o que brindan con un cubo en la cabeza. Como deja en evidencia el título del proyecto, las performances las hace cualquiera, cualquier día y para un público compuesto por nadie o por casi nadie. Su

hipótesis es que internet se está convirtiendo en un medio en el que todos hablan pero nadie escucha: «Por un lado, la producción en las redes sociales es banal; en la mayoría de los casos, mera conversación intrascendente; por otro, a diferencia de lo que ocurre en la televisión, todos producen, no son espectadores pasivos. En la red todos son performers»,[104] comentan ambos artistas. En el espacio expositivo, el proyecto Befnoed se montó en una serie de monitores inaccesibles. Al estar colocados demasiado alto, con la pantalla contra el suelo o girada hacia la pared, el espectador debía adoptar posiciones incómodas y difíciles de mantener, transformando así el simple acto de acudir a una exposición en un gesto performativo.

Earth Sandwich, imagen encontrada

Una acción que, sin embargo, nace fuera del mundo del arte es Earth Sandwich, lanzada en 2006 por el estadounidense Ze Frank, un autor cómico que se hizo muy conocido por organizar numerosas performances colectivas online en tiempos tempranos, mucho antes de la aparición de las redes sociales, de los memes y de páginas como 4chan y Reddit. El «sándwich de mundo» se basa en una idea simple pero sugerente: si dos personas que se encuentran en extremos opuestos del globo terráqueo apoyan una rebanada de pan sobre el suelo, el planeta se convierte idealmente en el relleno de su sándwich. Utilizando la herramienta adecuada —que se llama Find the Opposite—, los usuarios podrían identificar el lugar exacto que se correspondería con su posición en la otra parte del mundo y buscar online a alguna persona dispuesta a poner otra rebanada de pan en ese lugar al mismo tiempo que ellos. El primer intento con éxito se documentó un mes después de la llamada de Ze Frank: media baguette se puso en el suelo en España, cerca de Madrid, y la otra media que completaba el bocadillo en Nueva Zelanda, en las inmediaciones de Aukland. Se publicaron dos vídeos que documentaban la experiencia. Desde entonces, se han hecho muchos más sándwiches de mundo y esta performance viral sigue encontrando cada cierto tiempo nuevos adeptos. Los últimos, en orden cronológico, como informa un artículo de la revista digital Mashable, son dos chavales, uno de Minessota y otro de la India, que hicieron su bocadillo en 2018.

Para quien esté familiarizado con la historia del arte reciente, es difícil que no le lleve a pensar en la Base del mondo, de Piero Manzoni (Socle du monde, socle magique n. 3, Hommage à Galileo), un paralelepípedo en acero que se instaló en Herning, Dinamarca, en 1961. Como parte de la serie Basi magiche —compuesta por unos pedestales que convierten en obra de arte lo que está encima—, la Base del mondo está dada la vuelta para sostener al mundo entero. Mientras que en Earth Sandwich, gracias a una acción simple y bien organizada, el mundo se hace comida, en el caso de la obra de Manzoni, con una actitud más lírica y menos cómica, pero siguiendo una línea conceptual idéntica, la tierra se convierte en una obra de arte y, con ella, todo lo que contiene.

Como ya sucedió antes con otras formas artísticas, como la fotografía y el vídeo, el arte performativo actual es una práctica expresiva definitivamente liberada, que crece y se transforma en manos de las personas, fuera del mundo del arte, convirtiéndose en un verdadero lenguaje.

Estas performances salvajes son investigaciones prácticas sobre la existencia: se experimenta con el cuerpo, con el tiempo de duración, con la identidad, con el significado de nuestras acciones, con la comunicación, con el sentido de comunidad, con la condición humana. En la mayor parte de los casos, no se trata de reflexiones filosóficas o lingüísticas, como sí ocurre en el arte conceptual, sino de un colectivo que se desarrolla a través de la participación directa.

Un concepto interesante y útil para comprender el escenario que tratamos de describir es el de new media idiocy, que Olga Goriunova analiza en un libro de 2014. La ensayista rusa describe el concepto de idiotez distinguiéndolo del de estupidez, y lo asocia con un contenido muy popular en internet, sobre todo en el ámbito de los vídeos virales, un género que se caracteriza por la simplicidad formal, el humor y la estética DIY: «La "idiotez de los nuevos medios" puede ayudarnos a considerar los éxitos de YouTube o el movimiento de los objetos culturales dentro de las redes sociales en términos de performance artesanal, como una manera de vivir con las redes tecnológicas».[105] Apoyándose en filósofos como Kant, Žižek y, sobre todo, Deleuze, la autora define la nueva idiotez como un tipo de habilidad, una modalidad expresiva que nace de la necesidad de encontrar nuevas estrategias de subjetivación en un mundo interconectado globalmente. Y hace hincapié en el carácter performativo no solo de los contenidos, sino también de las estrategias con las que estos se crean y se sacan a la luz: «La new media idiocy se produce por medio de una participación consciente, que no se limita a un clic o dos, sino que es compositiva, conceptual y performativa», comenta Goriunova; «esa participación es en sí misma la práctica y la performance de la idiotez, de hacerla todos juntos».[106]

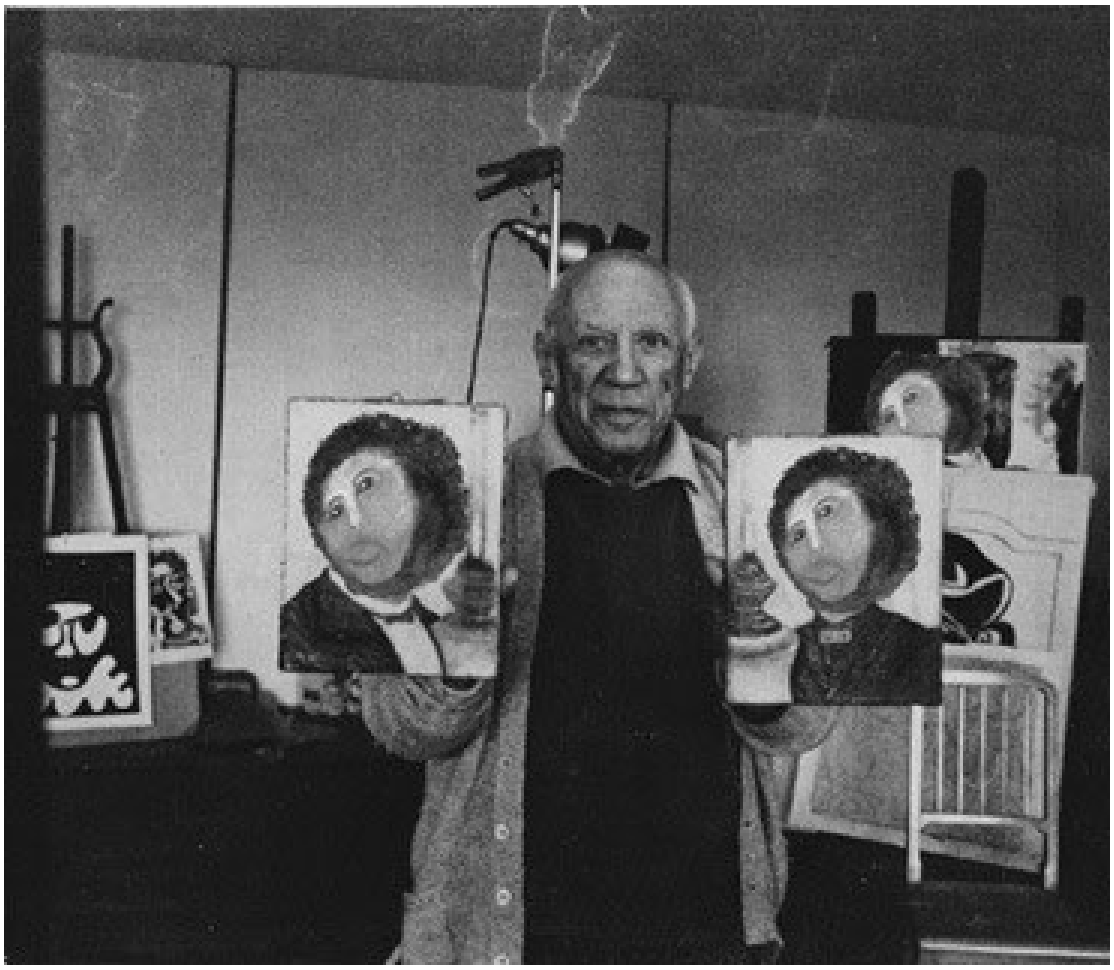
fail again. fail epic

Ser artista significa fracasar como nadie más se atreve a fracasar.

samuel beckett[107]

Un punto de encuentro entre el arte performativo histórico y el arte performativo salvaje de nuestros días lo encontramos en los trabajos sobre el concepto de fracaso. En la red, de hecho, el fail es una temática omnipresente, que se explora tanto en su aspecto más ligero y lúdico como en un nivel profundamente existencial. El término a secas y su variante reforzada —epic fail— se utilizan para definir una situación evidentemente desastrosa o un fallo especialmente ridículo o tan llamativo que acaba convirtiéndose en algo espectacular y se transforma en una especie de victoria al revés.

Eso fue lo que ocurrió con el epic fail más famoso de la historia de internet: la torpe restauración del Ecce Homo de Borja hecha por una anciana de dicha parroquia, Cecilia Giménez, que saltó a los titulares en 2012. El abismo entre la expectativa y el resultado —el rostro de Cristo acabó convertido en una especie de simio— lleva la idea del error a otro nivel: la incapacidad es tan flagrante, la imagen final es tan profundamente ridícula que el caso y su protagonista acabaron convertidos en una suerte de icono del fail a nivel internacional. El escarnio y la vergüenza terminan sublimándose en una santificación de la incompetencia, que aquí se expresa de manera tan patente que se vuelve paradigmática.



Pablo Picasso y el Ecce Homo de Borja, imagen encontrada

Los fails en internet son caídas, tropezones y destrozos, pero también los hay que manejan un humor más refinado, donde el error y la ejecución tergiversada de una tarea se convierten en una técnica para exorcizar la estudiada perfección de la producción cultural mainstream y la obsesión típica de las redes sociales por el cuidado de la imagen. No es casualidad que una de las plantillas más utilizadas para los memes sea la que confronta expectativas y realidad, subrayando la diferencia entre una versión «retocada» de la vida y otra más genuina, auténtica, imperfecta.

El fracaso llega a considerarse también un síntoma de humanidad, y alguna vez nos puede conducir a hacer algún descubrimiento. Como nos ha enseñado la historia, la innovación y la originalidad suelen ser hijas del

error: es necesario recorrer el camino equivocado para alcanzar territorios inexplorados. Los artistas lo saben muy bien y han utilizado conscientemente el error, el uso imprevisto y la casualidad como instrumentos de búsqueda y de producción. «El arte nace del error. Debéis probar las cosas. No podéis quedaros sentados, aterrados por la idea de equivocaros diciendo: “No haré nada hasta que me salga una obra maestra”»[108] es el consejo que da John Baldessari a sus estudiantes.

Este tema se entrecruza con el de la subversión de la acción anárquica, con la alegría liberadora inherente al derrocamiento de las jerarquías, las reglas y las convenciones. El fallo también puede ser proyectado y, por tanto, esperado como consecuencia inevitable de una acción demasiado difícil o imposible, como ocurre en muchas obras de Bruce Nauman, de Gino De Dominicis o de Francis Alÿs. El comportamiento se repite una y otra vez, como si se tratara de un experimento científico, y los inevitables fracasos se documentan rigurosamente. El acto de fallar también puede ser literalmente puesto en escena, como sucede en la performance de Bas Jan Ader de la serie Fall. El artista holandés, que hizo del tema del fracaso un elemento central de su trabajo, se grabó mientras se lanzaba a un canal con la bicicleta, resbalaba por un tejado con una silla o se caía en un arroyo después de haberse colgado de la rama de un árbol. La fragilidad y la vulnerabilidad del ser humano se muestran a través del simple sucumbir a la gravedad, una amenaza trivial y cotidiana que puede resultar fatal, pero su ejecución adquiere un tono tragicómico al moverse en territorios fronterizos entre el humor y la ironía incorrecta de la slapstick comedy.

El falling, un meme que tuvo gran difusión en 2011, se basa en estas mismas premisas: aquí también se busca y se exagera la caída. Como esta ocurre en un lugar público —la calle, el supermercado— y ante la mirada de espectadores casuales, se transforma en un suceso que, al teatralizar el tropiezo, interrumpe la cotidianeidad.

La puesta en escena del fracaso asume una función exorcizante en las obras de Maurizio Cattelan, que utiliza objetos, instalaciones y performances para dar rienda suelta a su afán de prestación: se encarna en los objetos híbridos de Fischli & Weiss, verdaderos monumentos a la disfuncionalidad; se vuelve terror tecnológico en las páginas web de Jodi, donde la exploración del

colapso del código se convierte en una metáfora de la cada vez más problemática relación entre el humano y la máquina.

En internet el error tecnológico es una entidad muy presente. Ya sea en la versión totalmente accidental, es decir, cuando el fallo puede adjudicarse por entero a la máquina, ya sea en la versión que implica un uso inadecuado por parte de las personas. A la primera categoría pertenecen, por ejemplo, los glitches, distorsiones casuales de imágenes nacidas por un error del software que han creado un género propio: el llamado glitch art; también el panorama fail, al que la web Know Your Meme define como «una secuencia de fotos malamente hilvanadas, hecha con el software para la creación de imágenes panorámicas, cuyo resultado suele ser una imagen bizarra, artística o cómica».[109] Para hacer una fotografía panorámica se necesita mover el smartphone de una determinada forma, manteniendo la velocidad y la distancia constantes, y también es importante que todos los elementos presentes en el encuadre estén inmóviles. Cuando se ignora alguna de estas condiciones, la imagen final se ve distorsionada, y estas distorsiones crean visiones surreales, criaturas deformes y paisajes futuristas.

Primos hermanos de los panorama fails son los Photoshop fails, ejemplos de uso fallido de los softwares de retoque fotográfico que acaban produciendo involuntariamente imágenes absurdas o ridículas. También en este caso, al igual que en el del Ecce Homo de Borja, lo que provoca hilaridad es la vertiginosa distancia que separa el objetivo que se persigue y el resultado final: partes del cuerpo desaparecen o se ven alargadas de forma antinatural, collages en los que los fragmentos no coinciden, deformaciones involuntarias de objetos y de personas… El hecho de intentar ofrecer una imagen de sí más ajustada a los cánones estéticos dominantes —que es el motor de gran parte de este tipo de fails— acaba produciendo como efecto colateral una serie infinita de apariciones monstruosas.

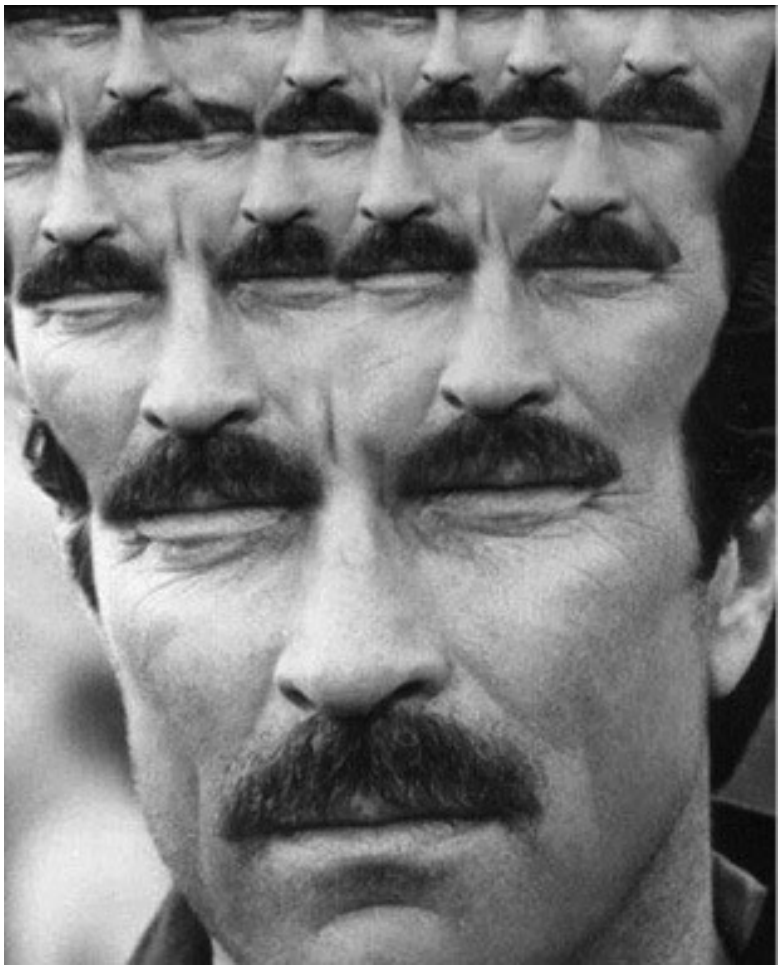
Half Cat, imagen encontrada

Una de las muchas criaturas mitológicas que han surgido de estas manipulaciones es Half Cat, un gato que solo tiene cabeza, cola y las dos patas anteriores, al que inmortalizaron mientras paseaba por la calle. Al principio se pensó que era un panorama fail fotografiado por los objetivos de Google Street View, pero luego, gracias a una investigación llevada a cabo en 2013 por los usuarios de Imgur y Reddit, se descubrió que la imagen era el resultado de una alteración voluntaria hecha de la unión de dos imágenes. La foto original, que se localizó y después se publicó en el periódico británico The Independent,[110] muestra a un gato blanco normal paseando por las calles de Ottawa, Canadá. Aun así, la versión «reducida a la mitad» es un clásico del género surreal memes, y se ha hecho tan famosa que hasta se ha creado una empresa online en Japón que produce una versión tridimensional

de Half Cat en forma de llavero, un inquietante gadget que se agotó en pocas semanas y que también se hizo viral en miles de blogs y en las redes sociales. Un pariente cercano de Half Cat es Long Cat, otro animal imposible, esta vez con ocho patas.

El gusto por este tipo de imágenes surrealistas que se obtienen con simples retoques fotográficos cuenta con una larga tradición. Al contrario de lo que se suele pensar, desde sus inicios, la fotografía ha hecho todo menos anclarse en un realismo anticuado; montajes, fotos coloreadas, la unión de negativos y otros efectos se hacían ya desde la segunda mitad del siglo xix, y siguieron difundiéndose con la llegada de herramientas más avanzadas y más fáciles de usar. El género de la trick photography, en concreto, se hizo extremadamente popular alrededor de 1890, no solo entre fotógrafos profesionales, también en el mundo amateur.[111]

En el libro de László Moholy-Nagy Painting, Photography, Film,[112] publicado en 1925, se recogen varios ejemplos, como la imagen de El caballo en movimiento, la foto de un hombre riendo cuya imagen se triplica gracias a un espejo deformante y Superman o el árbol de ojos. El artista húngaro, uno de los grandes defensores de la flexibilidad del medio, señala entre sus muchas posibilidades la de la transformación en vehículo de «utopía y humor», y erige estas fotografías en ejemplos del potencial surrealista y genuinamente cómico de la imagen fotográfica.



Tom Selleck fractal, imagen encontrada

A las deformaciones accidentales se unen las proyectadas, que se acabarán convirtiendo en un enorme contenedor de imágenes que merecería un estudio aparte por la cantidad y diversidad de géneros, subgéneros, tradiciones y tendencias que contiene. En el siglo xix, el gusto por la manipulación era un hobby de nicho, pero hoy —entre otras cosas, gracias a la difusión de aplicaciones que simplifican el proceso o, en algunos casos, incluso lo automatizan parcialmente— la práctica adquiere las características del fenómeno de masas.

la celebración de lo feo

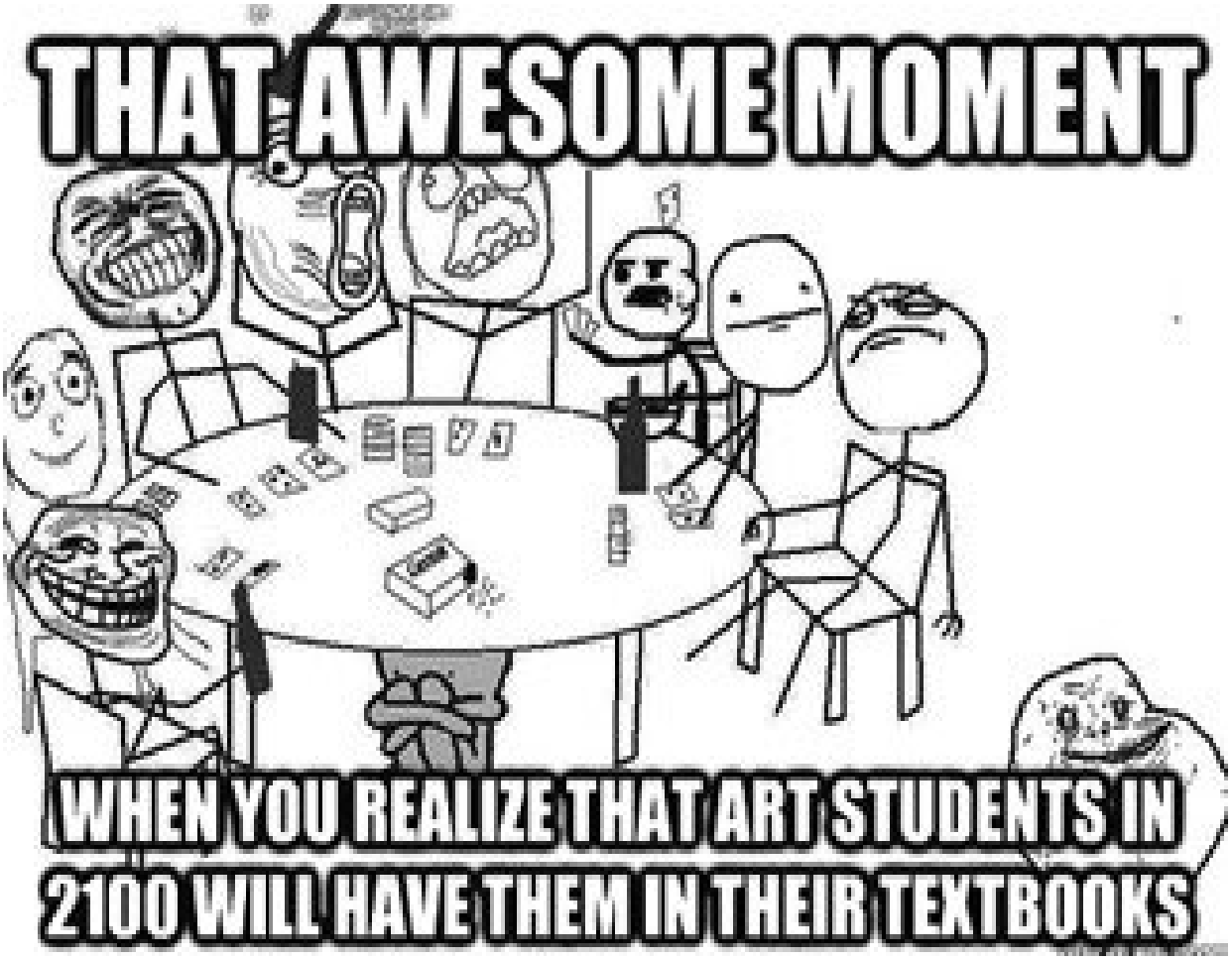
Según el credo de los mediocres que gobiernan nuestra estética, todas las cosas que nos rodean no pueden más que recaer necesariamente en uno de los dos ámbitos contrapuestos: o feo o bello, o alto o bajo, o cultural o subcultural… En el origen de este Deseo de división no existe ninguna culpa: es natural elegir y catalogar las cosas según la propia sensibilidad. El problema nace cuando se sustituye la sensibilidad personal por la imposición del prejuicio estético.

tommaso labranca[113]

En internet lo feo es una corriente estética en toda regla: en It's Supposed to Look Like Shit: The Internet Ugly Aesthetic,[114] un ensayo de 2014 escrito por Nick Douglas para la revista académica Journal of Visual Culture, el autor la define como «la superposición del caos humano en un mundo online hecho de suaves degradados, photoshops impecables y autocorrección».[115] A diferencia de lo que ocurre en los medios tradicionales, donde los contenidos se caracterizan por un estilo profesional, pulido y refinado, la red es el reino «del aficionado, de lo accidental y del éxito imprevisto».[116] Las razones de la proliferación de este tipo de contenidos —cómics mal dibujados, fotomontajes aproximativos, vídeos y animaciones de estética grosera e infantil— pueden deberse principalmente a dos factores: por un lado, está la accesibilidad global a los medios de difusión, que ofrece a cualquier persona que tenga una idea la posibilidad de difundirla, aunque carezca de las habilidades técnicas y ejecutivas adecuadas a la hora de llevarla a cabo; por otro, no podemos infravalorar la cuestión de la velocidad. En internet, la conversación es tan rápida que no permite elaborar contenidos muy trabajados y de buena factura, bajo pena de ser excluidos del debate. A esto se suma una desconfianza generalizada hacia todo aquello que esté excesivamente «construido», tendencia que antes hemos identificado como la afirmación de un nuevo primitivismo.

Durante la conferencia inaugural de ROFLCON 2008 (un evento dedicado a los fenómenos de internet que se celebró en Estados Unidos desde 2008 a 2012), David Weinberger resumió acertadamente esta cuestión al afirmar

que en la red «la perfección es enemiga de la credibilidad».[117] Además de los famosísimos rage comics —un viejo tipo de memes basados en los cómics de estilo aproximativo—, entre los distintos ejemplos que pone Douglas para ilustrar su tesis se encuentran varios hilos de Reddit dedicados al género shitty; y un network (Shitty Hub) que incluye subreddits como shitty poetry, shitty rage comics, shitty wallpapers o shitty earth porn: en todos ellos está presente lo feo programático, que se elige y se cultiva como espacio de libertad, autenticidad y humor. Además, existe una amplia gama de páginas dedicadas al bad art, en las que los usuarios se entretienen apostando por el «peor arte posible»: pinturas naíf, dibujos infantiles, cómics e ilustraciones hechas con softwares básicos o directamente obsoletos, como MS Paint.



Meme del género rage comics, imagen encontrada

Más especial es el caso de Shitty Watercolor, seudónimo detrás del cual se escondió durante mucho tiempo Hector Janse van Rensburg, un joven inglés que acaparó los titulares en 2012 por una actividad muy particular: ilustrar con acuarelas los comentarios y los usernames de los usuarios de Reddit; los dibujos los hace en veinte minutos sin fijarse en el procedimiento técnico, ya que privilegia la velocidad frente a la calidad, con resultados en muchas ocasiones hilarantes. El tema de la despreocupación frente a la técnica es un elemento que recorre la obra de muchos artistas contemporáneos, sobre todo de la llamada bad painting, una corriente pictórica surgida en los años setenta como reacción al auge que estaba viviendo un cierto tipo de arte conceptual muy en boga en la época. Se trata de un tipo de pintura que ignora deliberadamente las convenciones de la representación, los manuales técnicos y el buen gusto en general, para concentrar la máxima atención en el lado expresivo y en la carga espontánea y potencialmente subversiva del contenido.

El artista británico David Shrigley se encuentra entre los más conocidos a nivel mundial. Todo su trabajo se construye en torno a esta actitud y hace dibujos y esculturas de trazo incierto e infantil. Como decía en una entrevista publicada en The New York Times: «No es que trate de dibujar mal, es que dibujo sin ninguna consideración por la técnica».[118] Por otro lado, la fealdad en el arte contemporáneo, en particular su versión como «rechazo de lo bello», cuenta con una larga y conocida tradición, que se remonta al menos a la época de las vanguardias históricas. Fue entre finales del siglo xix y principios del xix cuando los artistas comenzaron a cuestionar las convenciones de la representación pictórica y escultórica tradicional y empezaron a experimentar con estilos y enfoques nuevos. Del expresionismo al cubismo y al dadá, un ininterrumpido fil rouge lleva al rechazo de cualquier técnica como fin en sí misma y al triunfo del contenido sobre la forma. Entre las numerosas voces que podríamos recoger, vamos a elegir a modo de muestra estas palabras que escribió Tristan Tzara en el primer Manifiesto Dadaísta (1918), a propósito de la emergencia de una nueva sensibilidad: «Todo sistema converge hacia una aburrida perfección, estancada idea de una ciénaga dorada; relativo producto humano».[119]

Otro caso notable es el de Hyperbole and a Half, una tira cómica que salió primero online y luego en papel, rematando el éxito obtenido en la red. La publicó entre 2009 y 2013 una joven estadounidense llamada Allie Brosh.

Sus historias, casi siempre autobiográficas, tienen como protagonistas a personajes trazados con unas cuantas líneas aproximativas, para lo que usa Paintbrush, un sencillo programa gráfico que viene ya incorporado en los ordenadores Apple. La eficacia de Hyperbole and a Half se lo debe todo al contraste entre el estilo ramplón de las imágenes y la profundidad del contenido; con ello consigue expresar, a través de escasos trazos y palabras raras, temas tan complejos como la soledad y la depresión. No es casual que la comunidad web adoptara casi enseguida algunas tiras y las convirtiera en memes famosísimos.

Un género particularmente extremo es el de los deep fried memes, imágenes que se manipulan hasta dejarlas como una sombra de lo que fueron. El proceso consiste en aplicar al archivo original múltiples filtros y distorsiones, con lo que, al final, la imagen acaba desenfocada, pixelada y con un contraste excesivo entre los colores, lo que la lleva al límite de la legibilidad. Aquello que se simula de manera artificial (existen incluso apps para «freír» imágenes) es el desgaste que sufren las imágenes digitales cuando subimos un archivo a una plataforma de sharing o lo compartimos con alguien a través de programas de mensajería instantánea; también cuando se roban imágenes con un pantallazo. Estas acciones, en la mayoría de los casos, deterioran la imagen inicial porque la comprimen y reducen, más o menos drásticamente, la cantidad de información que contenía el primer archivo: con cada nueva descarga y cada nueva carga, es decir, en cada envío y en cada recepción, el contenido se va empobreciendo y las imágenes se ven feas y pixeladas. Esta estética de la baja calidad suele ir emparentada con contenidos igualmente low-brow: chistes polémicos, referencias misteriosas y una ironía de un cinismo increíble.

Una tendencia que apareció por primera vez en TikTok en marzo de 2022 se centra solo en los efectos de estas imágenes «consumidas». El Go Cinderella / Paris Filter Trend consiste en publicar un videoselfie donde la imagen de la cara se ve radicalmente transfigurada al aplicarle el filtro «Paris» durante un número inimaginable de veces. El resultado es una galería de imágenes desvaídas, todas en tonos rosados y azules, dentro de los cuales la fisonomía de los usuarios es completamente irreconocible: en algunos casos, se vuelve irreal y adopta aires de cómic; otras, apenas se distingue del fondo. La banda sonora, que es siempre la misma, es la canción «Fancy» del rapero Drake, mientras que el hashtag más utilizado es un irónico #nofilter.[120]

Este tema, el deterioro progresivo de la información determinado por el uso de un medio tecnológico, ya lo trató Alvin Lucier en 1969, con una obra fundacional de arte sonoro titulada I Am Sitting in a Room. El compositor estadounidense recitaba ante un micrófono un texto breve, el audio de la grabación se iba difundiendo por el ambiente y lo volvía a grabar, siguiendo un proceso que continuaba incontables veces, transformando y haciendo incomprensible el texto de partida. La performance, que se grabó en un disco y se llevó a cabo en vivo muchas veces durante los años siguientes, supone una profunda reflexión sobre la naturaleza del sonido, sobre la relación entre sonido y ambiente, sobre la resonancia, además de sobre el acto mismo de escuchar. La habitación, con sus rumores ambientales, se convierte en una especie de filtro que distorsiona la información inicial, pero para que esto suceda es capital el papel del aparato tecnológico que hace posible el desarrollo de esta vertiginosa interacción.

Inspirado por la obra de Lucier, en 2010 el usuario de YouTube Canzona intentó hacer algo parecido y descargó un mismo vídeo mil veces seguidas (I Am Sitting in a Video Room). Su imagen y sus palabras van perdiendo definición de manera gradual, upload tras upload, hasta que desparece todo rasgo humano: en el vídeo final, un montón de píxeles en movimiento, la voz se reduce a un rumor metálico y robótico. En 2018 propuso eso mismo otro youtuber, Tim Blais, pero en modalidad streaming, o sea, lo transmitía en directo a través de internet (I Am Streaming in a Room).

Por último, el artista y fotógrafo inglés Pete Ashton llevó el concepto del campo del sonido al de la fotografía con su Sitting In Stagram (2015), donde un retrato de Alvin Lucier subido a Instagram sufre un proceso de degradación radical, después de subirlo y descargarlo noventa veces.

PERFORMANCES IDENTITARIAS

ventanas y espejos

¡El impacto del reconocimiento! En un entorno de información electrónica, ya no es posible contener-ignorar a las minorías. Demasiada gente que sabe demasiado de los demás. Nuestro nuevo entorno exige compromiso y participación. Irremediablemente nos hemos implicado unos con otros y somos responsables unos de otros.

marshall mcluhan[121]

Las pantallas de los ordenadores son pasajes hacia otro espacio, hacia un lugar inmaterial compartido que cobra vida gracias a las conexiones. La metáfora de la ventana, concepto rey de todos los sistemas con interfaz gráfica, ha dado lugar a comparaciones ilustres que aluden a muy diferentes teorías sobre el espacio, el tiempo y la percepción. Se trata, de hecho, de un concepto clave y con una larga historia que va «de Leon Battista Alberti a Windows», como escribió el artista belga Francis Alÿs en la presentación de su proyecto online The Thief (2001): «Navegamos a través de una sucesión infinita de páginas hipertextuales de la red. Cada clic nos hace traspasar un umbral. Cada vez que apuntamos con el visor y clicamos nos parece estar desplegando un nuevo punto de fuga». [122]

Sin embargo, a diferencia de una ventana, la interfaz no es completamente transparente: su conformación conserva las marcas de quien la ha diseñado y su estructura y su funcionamiento son portadores de una visión del mundo muy determinada; hablan, en definitiva, de nuestra cultura: la pantalla del ordenador es, pues, una ventana y, al mismo tiempo, un espejo reluciente.[123]

Esta ambivalencia la expresa la pieza Ethereal Self (2008) de Harm van den Dorpel. El artista holandés, exponente de una generación que se mueve con

desenvoltura entre proyectos online y exposiciones en el espacio físico, publicó una página web donde la única imagen visible era un gran diamante. En el momento en el que el usuario concede acceso a su cámara fotográfica, su rostro aparece reflejado en la superficie de la piedra preciosa. La imagen, polifacética y descompuesta, simboliza la pluralidad identitaria, la existencia de un yo necesariamente múltiple. Durante los pocos minutos en los que estamos concentrados en contemplar nuestro rostro, sin que lo sepamos, la web nos saca una foto y la publica en otra página que se llama Ethereal Others; allí, un mosaico de rostros que se va actualizando en tiempo real nos recuerda que no estamos solos y que la red es un espacio público compuesto de miríadas de individualidades. Eficaz al mezclar el enfoque crítico con la representación poética, el proyecto de Van den Dorpel toca una serie de temas esenciales del debate sobre la vida online que nos llevan a reflexionar acerca de la relación entre lo público y lo privado y sobre la naturaleza de las relaciones sociales mediadas por las nuevas tecnologías.

Internet abre continuamente ventanas al mundo, ofreciendo unas vistas cada vez más numerosas e insólitas que a veces nos resultan familiares y otras sumamente lejanas. La cantidad de personas que participan en este re-conocimiento global aumenta a medida que pasan las horas, contribuyendo a hacer de internet el territorio rey de la diversidad, el terreno de cultivo de las alternativas. Un universo de la complejidad que desorienta y cuestiona más de un sistema —el filosófico, el económico, el cultural—, pero que contiene una potencialidad de evolución extraordinaria al permitir a la sociedad humana alcanzar un mejor conocimiento de sí misma, escuchando las voces de los nichos y no únicamente las del mainstream, así como compartiendo la intimidad cotidiana y no solo los grandes acontecimientos. Cuando navegamos por la web, vemos vídeos de YouTube, viajamos «virtualmente» con Google Earth o Street View, hablamos con gente en los chats y en los foros, cada día entramos en contacto con una infinidad de realidades diferentes y tomamos conciencia de la existencia de lugares, objetos, comportamientos, estéticas, mitos y relatos nuevos. Todavía no queda claro cuáles son las consecuencias de este continuo cara a cara con esta infinita y turbulenta diversidad, pero seguramente serán numerosas y difícilmente controlables.

En La tercera ola (1980), Alvin Toffler afrontaba precisamente esta proliferación de alternativas y modelos que se nos presentan: «La

desmasificación actual de los medios de comunicación presenta una deslumbrante diversidad de modelos y estilos de vida con los que compararse. Además, estos nuevos medios de comunicación no nos suministran trozos plenamente formados, sino quebrados fragmentos y destellos de imágenes. En vez de dársenos una selección de identidades coherentes entre las que elegir, se nos exige que ensamblemos nosotros una: un "yo" configurador o modular».[124] Eso es: sirviéndose de la fotografía y el vídeo, todos los días millones de personas escenifican su personalidad en webs y redes sociales y componen su propia identidad —como preconizaba el sociólogo estadounidense—, mezclando estéticas, estilos e influencias, trazando un recorrido que avanza por imitación y diferenciación. A través del uso cotidiano de las cámaras de los ordenadores, los teléfonos y las tablets, la conciencia de uno mismo y de la propia imagen ha alcanzado unos niveles altísimos. Dentro de esta situación, un elemento como el cuerpo, que en los estudios históricos sobre las ciberculturas parecía destinado a pasar a un segundo lugar a favor de entidades mucho más inmateriales, se ha impuesto con fuerza, aunque lo haya hecho de forma mediada.

Selfie en una plancha, imagen encontrada

La representación del yo se expresa bajo la forma de una acción que tiene lugar ante el ojo electrónico; una práctica que hoy forma parte de nuestra vida cotidiana y que comparte no pocos puntos de vista con la performance artística histórica; al igual que esta, es un dispositivo de exploración identitaria, un banco de pruebas para las capacidades y los límites del cuerpo y un lugar de ruptura de las reglas sociales.

broadcasting personal

Lo único que compensa es desviarse del código establecido; el deber de originalidad personal se ha convertido en una necesidad económica material, y cualquiera es el ángel de lo raro.

régis debray[125]

El 14 de abril de 1996 la universitaria estadounidense Jennifer Kaye Ringley encendió una webcam en su habitación del Dickinson College (Carlisle, Pennsylvania) y decidió dejarla funcionando las veinticuatro horas del día, compartiendo con el mundo gran parte de su vida durante siete años. JenniCam, así se llama la web, está reconocida universalmente como el primer experimento de reality de la red, dirigido en solitario por una chica normal y corriente, movida por el deseo de explorar su identidad en un régimen de visibilidad extrema.

Autorretrato hecho con la webcam de Jennifer Kaye Ringley, alias Jennicam

La acción, que enseguida adquirió las connotaciones de un proyecto artístico, cuestionaba de manera radical el concepto de privacidad, un tema destinado a monopolizar el debate sobre las repercusiones sociales de las redes informáticas en los años venideros. Con ella se inauguraba la práctica de transmitir en vivo a través de internet la propia vida cotidiana sin filtros (o casi), a la que se bautizó lifecasting y que ha sido puesta a prueba de muy diferentes formas. Los últimos diez años en particular se han caracterizado por la presencia, cada vez más relevante, de un nuevo tipo de imagen en la que el sujeto es el protagonista tanto del contenido como de la acción que lo genera: el selfie. Hechos casi siempre con smartphones y webcams, los selfies suponen un comportamiento difuso y transversal, una costumbre de la que todos se han contagiado y que ha acabado imponiéndose como un gesto

definitorio de nuestra época. Su popularidad ha llevado a la creación de nuevas tecnologías: a partir del iPhone 4, los smartphones han incluido la cámara frontal, que permite autorretratarse sin recurrir a un espejo y sin disparar a ciegas en busca del encuadre adecuado.

Si bien es imposible negar su parentesco con el antiguo género del autorretrato, esta nueva práctica presenta unas características particulares, ligadas en gran parte al uso de internet como espacio social. Aunque hay quien los considera simples derivas narcisistas, los selfies significan mucho más que eso: la voluntad de introducirse a uno mismo en el relato, de ponerle cara a las historias, de construir y gobernar la propia imagen y, con ella, la percepción de nuestra personalidad. En definitiva, el selfie no se relaciona solo con el aspecto físico: la decisión de «poner la cara» forma parte de una actitud nueva frente al personal storytelling. No es casual que los selfies sean las fotos que cuentan con más likes y comentarios: nuestro cerebro está programado para reaccionar frente a la visión de un rostro humano, la más antigua (y la principal todavía) interfaz de comunicación.

En nuestros días, la webcam es un instrumento esencial de autorreconocimiento, además de un vehículo para explorar la comunicación interpersonal en la distancia. La llegada de YouTube en 2005, con el consiguiente surgimiento de los llamados vlogs (videoblogs), favoreció la difusión online de vídeos personales e íntimos, un universo hecho de contenidos que provienen de abajo, destinado a reconfigurar nuestra idea de comunidad más allá de la distinción entre lo público y lo privado. La costumbre de ponerse a hablar frente a la webcam sin saber quién recibirá nuestro mensaje ni cuándo lo hará activa un fenómeno que el antropólogo estadounidense Michael Wesch ha definido como context collapse: «La pequeña lente de vidrio se convierte en el umbral de un agujero negro que absorbe el tiempo y el espacio; y, virtualmente, cualquier contexto imaginable».[126] A diferencia de lo que ocurre en los encuentros cara a cara, durante los que tiene lugar un complejo baile de acciones y reacciones, en ese tipo de vídeos las personas entregan al mundo imágenes y pensamientos desligados del contexto que los recibe, como si fueran mensajes en una botella que se lanzan al infinito mar de la red.

Esta clase de acción ya la anticiparon artistas de los años sesenta y setenta; entre otros, Vito Acconci, que en su histórico vídeo Theme Song (1973)

mantenía una conversación confidencial e íntima —y a ratos inquietante— con un hipotético espectador imaginario: tumbado en el suelo, con el rostro muy cerca del objetivo, se dirige al interlocutor intentando establecer una conexión imposible: «Puedo sentir tu cuerpo justo a mi lado… Sé que me estoy engañando a mí mismo... Tú no estás aquí», susurra. Todo en la construcción de la obra prefigura lo que después se convertiría en un modo de expresión cotidiano para millones de personas: la ambientación casera, la exposición íntima de los pensamientos, una actitud a medio camino entre la provocación y la vulnerabilidad. Hasta la decisión de utilizar como música de fondo una serie de canciones pop, que canturrea y susurra, nos recuerda la extendida práctica contemporánea del lip-synch delante de la cámara, un clásico de la performance popular online.

La investigación sobre el tema de la identidad, muy ligada al impulso nacido con el registro y el almacenamiento, caracteriza muchos proyectos fotográficos amateurs. De hecho, una práctica muy difundida es la de hacerse un autorretrato cada día y después montar todo ese material en un pase de diapositivas o en un vídeo en timelapse. El proyecto más famoso, a partir del cual surgió una verdadera tradición, lo inició en 2000 el fotógrafo estadounidense Noah Kalina, que entonces tenía diecinueve años. Se trata de Everyday, un ejemplo de registro obsesivo de lo cotidiano, desarrollado a lo largo de veinte años con una constancia y una continuidad asombrosas, que sigue activo hoy. Después de la transformación del primer grupo de fotos en un vídeo (que enseguida se hizo viral), el género llegó a ser muy popular, como demuestran miles de contenidos subidos a YouTube y a las redes sociales, e incluso ha fomentado la aparición reciente de aplicaciones diseñadas específicamente para este fin, como Everyday y 1 Second Everyday. La facilidad con la que hoy es posible hacer fotos y montarlas juntas, a prácticamente coste cero, ha estimulado enormemente este tipo de proyectos: a veces el tema principal es el crecimiento, a través de vídeos que muestran a recién nacidos que, foto tras foto, se van haciendo adultos; otra veces es el look, que va cambiando visiblemente mes tras mes; en otras ocasiones, lo que se documenta es la transición de género, un proceso impresionante de modificación del cuerpo, o bien el doloroso proceso de una enfermedad. Sea cual sea el enfoque, la base conceptual siempre es la misma: el intento de visualizar el paso del tiempo, una dimensión, por lo demás, inaprensible, relacionada con la corporeidad de la existencia humana.

El artista conceptual Roman Opalka ha dedicado a este asunto gran parte de su vida (desde 1965 hasta su muerte, en 2011). En estrecha conexión con su obra pictórica, también metódica y repetitiva, cada día se sacaba en su estudio una foto sobre un fondo blanco. Su rostro, fotografiado de frente, siempre en la misma pose, con la misma ropa y el mismo corte de pelo, parece aclararse a la vez que el fondo, que cada día se ve más blanco y evanescente. «No cuento mi vida», confesaba Opalka, «pero hago que la vida se manifieste». Ese mismo carácter obsesivo se puede encontrar en la performance artística extrema de Tehching Hsieh: durante Time Clock Piece (One Year Performance, 1980-81), de un año de duración, el artista taiwanés selló en una hoja de tiempo cada hora, acompañando la repetición de este gesto con una fotografía de carné que mostraba su cara en el instante siguiente al desarrollo de esta absurda tarea.

Un aspecto particularmente interesante reside en el hecho de que lo que se muestra delante de la cámara fotográfica o de vídeo no son solo facetas importantes de la vida, sino también momentos y detalles aparentemente irrelevantes o bien menos favorecedores y atractivos. La expresión del yo, de hecho, incluye valientes testimonios de fragilidad y debilidad, como confesiones apasionadas, llantos irrefrenables y peticiones de ayuda. En este tipo de vídeos, realizados sobre todo por jóvenes y adolescentes, el sufrimiento se sublima a través de su puesta en escena delante de la cámara, que se convierte en depositaria de una petición de compartición y de consuelo. Al mismo tiempo, la grabación de la performance emotiva es un instrumento de confirmación de la propia existencia, el intento de obtener una patente de validez y autenticidad frente al mundo: una sencilla búsqueda de las palabras clave «me crying» nos conduce a una galaxia de contenidos de alto voltaje emotivo que evocan ciertas obras de arte conceptual, como por ejemplo I’m Too Sad to Tell You (1971), de Bas Jan Ader. En ese vídeo, que forma parte de una serie donde se incluyen fotografías y una postal, el artista holandés se mostraba afligido y lloroso, pero no desvelaba la causa de su malestar, dejando al espectador a solas con una suerte de tristeza arquetípica, un estado de desesperación genérico y universal con el que cualquiera puede identificarse, proyectando en la obra su propia vivencia.

Uno de los ámbitos donde la exigencia del autorrelato y la performance como práctica cotidiana se hacen más evidentes, hasta el punto de convertirse en un auténtico observatorio privilegiado, es la aplicación

TikTok. Tras surgir en China (donde también se la conoce con el nombre de Douyin), y después de fusionarse con la entonces popular Musical.ly, TikTok es una red social para dispositivos móviles que permite crear vídeos, de una duración de quince o sesenta segundos,[127] utilizando música como banda sonora y aprovechando una serie de herramientas de edición incorporadas en la interfaz.

Jóvenes transmitiendo en streaming en TikTok cómo duermen

A diferencia de gran parte de las plataformas sociales rivales, se trata de un instrumento pensado para favorecer la creación de contenidos originales e impulsar la colaboración entre sus usuarios, que pueden reelaborar las ideas de otros, poniendo en marcha larguísimas cadenas meméticas, pero también

interactuando bajo la forma de dúo. Si pasamos de manera aleatoria por los miles de vídeos que se suben diariamente a TikTok, a los que se accede al abrir la aplicación, que se presenta como un stream infinito, es posible sumergirse en un universo amplísimo y multiforme de situaciones y personalidades diferentes. Utilizada primero por usuarios jóvenes y muy jóvenes, y después por un público más maduro, TikTok representa una prueba eficaz de una tendencia que ya es innegable: la adopción del lenguaje de la performance como estrategia cotidiana y personal de subjetivación y comunicación por parte de millones de personas en todo el mundo. Sobre ello escribió el artista estadounidense Joshua Citarella en un artículo publicado por la revista Artsy: «Se trata de una red descentralizada de performers-coreógrafos, cuya producción creativa parece asemejarse a la versión infinita de un vídeo del artista Ryan Trecartin, pero con los gamers como protagonistas».[128]

La alusión a las piezas de vídeo de Trecartin, plagadas de personajes grotescos y caricaturizados que unen los estereotipos del mundo de los reality shows con las costumbres de las culturas juveniles nacidas y desarrolladas en internet, es realmente un acierto. A pesar de la existencia de tendencias y modas específicas, el panorama es asombrosamente variado y está constelado por contenidos extraños, personales y raros. Como ocurre en Instagram o en YouTube, encontramos aspirantes a modelos, colecciones de zapatos, tutoriales de maquillaje, exhibición de cuerpos y de ropa, pero también personas con discapacidad, adolescentes en crisis de identidad, amas de casa de mediana edad que convierten los asuntos domésticos en un espectáculo, obreros de la construcción en la India apasionados con el baile o jóvenes que viven un hospital aquejados de enfermedades graves. Están quienes dan la cara y quienes se esconden detrás de una máscara; quien se deleita con tutoriales más o menos útiles; quien destruye objetos delante de la cámara o quien experimenta con los efectos y el montaje. El carácter auténticamente popular, además de global, del fenómeno nos permite superar la ecuación «broadcasting personal = narcisismo y exhibicionismo». En la era de la visibilidad extrema, tenemos que vérnoslas con una modalidad de conexión espontánea con la comunidad: millones de rostros se asoman a la red en busca de contacto humano, y para ello utilizan su propio cuerpo y su propia cara.

El gusto por el sinsentido, la paradoja y el absurdo es una corriente dominante en TikTok; dicho de otro modo, no es una excepción, sino la columna vertebral de la plataforma. «Make every second count», recita uno de sus lemas, subrayando la necesidad de expresar, en los pocos segundos que se conceden para la duración de un vídeo, la máxima concentración de originalidad posible. En TikTok, cada día asistimos al desarrollo de millones de acciones insensatas y a la subida de contenidos privados que pueden tener utilidades prácticas de todo tipo. Sobre esto, Citarella dice: «Normalmente sus acciones meméticas no tienen sentido, reflejando así la insensatez de la mayoría de los gestos que conforman la sociedad actual. La acción política ha fracasado. Las protestas de las masas han fracasado. Hasta el capitalismo ha fracasado. [...] La generación Z tiktokka con un alegre nihilismo y se burla de una sociedad en la que la autodeterminación y el ascenso social hace ya tiempo que colapsaron».[129] En definitiva, este nuevo nihilismo no sería más que una reacción espontánea al colapso de valores en el capitalismo avanzado, una respuesta que nace dentro del propio mecanismo del consumo como un improvisado e imprevisto ritual exorcizante.

Si retomamos la famosa definición del sociólogo británico Paul Willis, quien en su ensayo Common Culture[130] (1990) rechazaba la decisión de relegar el arte a un universo estético apartado, a la vez que reivindicaba la existencia de una estética anclada en la vida diaria (grounded aesthetic), podríamos describir estas acciones como expresiones espontáneas de creatividad simbólica. Dice Willis: «Mantengo que la imaginación no es un extra respecto a la vida de todos los días, algo que nos proporciona un “arte” incorpóreo. Al contrario, es parte de la necesidad del trabajo simbólico y comunicativo que desempeñamos a diario».[131] Este tipo de pulsión expresiva, que se entreteje con las prácticas de consumo y con la recepción de los productos de la cultura de masas, ha recibido un enorme impulso con la difusión de los dispositivos digitales, cuyo resultado es un maremágnum de arte salvaje, completamente absorbido por el flujo de la existencia y programáticamente compartido con el mundo a través de las redes sociales.

bedroom television

Este es un nuevo principio innegociable: para sentirse seguro hay que estar conectado.

sherry turkle[132]

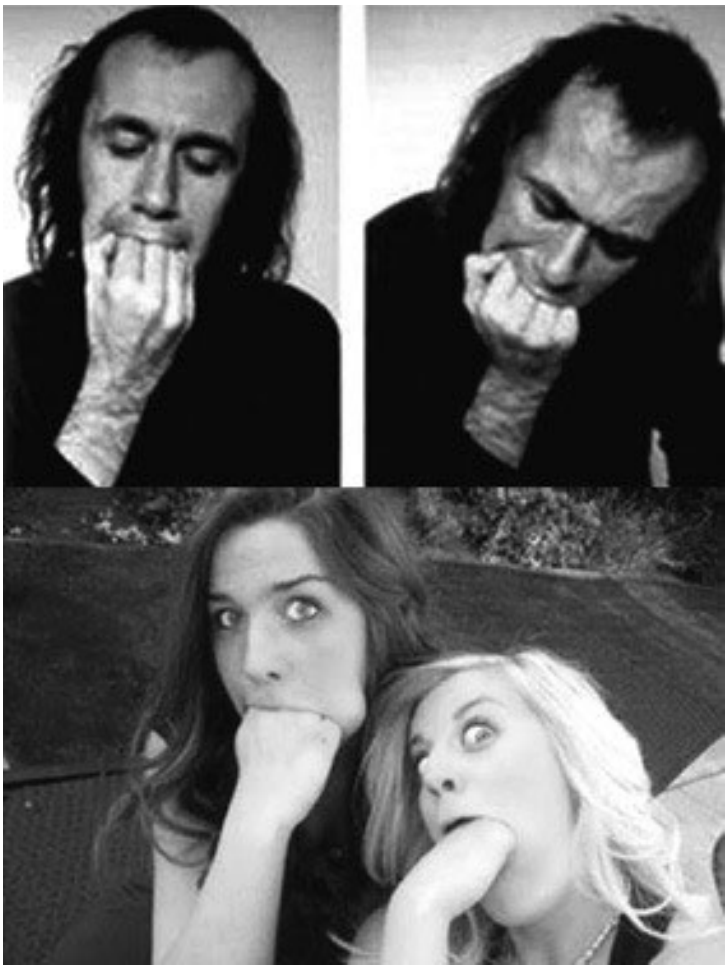
A pesar de que la revolución digital, como ya hemos observado, ha potenciado enormemente el papel del espectador, esto no significa que antes de la llegada de internet la recepción de una obra fuera un proceso enteramente pasivo. Henry Jenkins, que desde principios de los años noventa se dedica a estudiar la cultura participativa, ha insistido más de una vez en que la pulsión del do it yourself y la manipulación de los contenidos producidos por los medios de masas era una tendencia que llevaba décadas practicándose.[133] Como siempre ocurre con la aparición de una tecnología nueva, no debemos considerar únicamente lo que esta supone a nivel cultural, sino también, al contrario, qué culturas preexistentes han facilitado el éxito de determinados instrumentos tecnológicos. De hecho, la condición técnica y la condición cultural siempre han estado profundamente ligadas y se retroalimentan.

Eric Fleischauer, Universal Paramount, 2010. Cortesía del artista

Numerosas subculturas y movimientos underground ya nos habían demostrado las grandes potencialidades que existían en este sentido, allanando el camino hacia el éxito (solo aparentemente imprevisto) de plataformas como YouTube: pensemos en los fanzines, las emisoras de radioaficionados, la cultura punk, los mixtapes, los vídeos caseros, los vídeos de fans y en todo el universo de producción independiente. Este conjunto de realidades ha encontrado en los nuevos instrumentos oportunidades inéditas, sobre todo en lo referente a la distribución de contenidos y a la creación de comunidades, realidades capaces de unirse alrededor de un interés más allá de la distancia geográfica o cultural.

Es interesante observar que, a lo largo de las décadas, un tipo concreto de contenido ha funcionado como hilo conductor del nacimiento y desarrollo de la cultura participativa. Se trata de una tendencia ligada a la cultura juvenil y adolescente que podríamos definir como bedroom television y que hace referencia a los estudios sobre las bedroom cultures[13][4] que desde los años setenta se ocupan de analizar los espacios caseros de los adolescentes como lugares de construcción identitaria y cultural. Hablamos de un amplio corpus de grabaciones realizadas en los dormitorios —o, más en general, en ambientes caseros— con instrumentos amateurs y contenidos que a menudo adoptan la forma de monólogo frente a las cámaras. En este sentido, son emblemáticas las obras de Sadie Benning, una artista que entre finales de los años ochenta y principios de los noventa del pasado siglo, cuando aún era adolescente, empezó a grabar videodiarios con una cámara de juguete de la marca Fisher Price. Estos vídeos, en los que la autora afrontaba temas tan delicados y personales como su homosexualidad y las dificultades sociales que esta conllevaba, anticipan en su estilo y en sus contenidos una práctica común a la época de YouTube: confesarse delante de la webcam. Al mismo tiempo, son herederos de una tradición artística: la del cine experimental (que solía adoptar la fórmula de la narración en primera persona), pero también de un tipo de videoarte de los años sesenta (el ya citado Vito Acconci o John Baldessari, Bruce Nauman, Joan Jonas, Chantal Akerman y otros muchos).

El dormitorio ha seguido funcionando como un paradójico escenario privado para las generaciones siguientes y se ha transformado en el telón de fondo de muchos vídeos que han construido la historia de internet, como demuestra la experiencia de Jennicam.



La obra de Vito Acconci Hand & Mouth (1970) y un selfie, imagen encontrada

Quien también transmitía desde su habitación de Nueva Jersey era Gary Brolsma, protagonista del que se considera uno de los primeros vídeos virales a nivel planetario. Lo realizó entre 2004 y 2005, por tanto en la época pre-YouTube, y comenzó a circular en foros y grupos de noticias. Su contagioso lip-synch de «Dragostea Din Tei», un hit dance del grupo moldavo O-Zone, lo hizo famoso en todo el mundo como «Numa Numa Guy» y dio lugar a una interminable cadena de remakes, parodias y reconstrucciones. El éxito del vídeo, grabado en baja resolución con una webcam en un entorno cotidiano, no se debe solo a los divertidos movimientos que realiza el joven ante el objetivo, sino que, más bien, es un contenido con el que es fácil empatizar porque exhibe un comportamiento

corriente y privado, un momento de estúpida desinhibición que comparte con todo el mundo saltándose las barreras del pudor y de la vergüenza (hoy este contenido se insertaría dentro de la categoría cringe). El extraño baile de Brolsma inauguró simbólicamente una época en la que los comportamientos y los objetos de la vida cotidiana —un universo de microsituaciones que raramente era objetivo de compartición en el pasado— han conquistado una visibilidad inesperada. La búsqueda de una conexión interpersonal de carácter profundo y auténtico, hecha de pequeños sentimientos de fraternidad cultural, ha situado en primer plano los contenidos relatable, aquellos que nos tocan porque consiguen describir con precisión, a través de palabras o de imágenes, nuestra personalidad y nuestro estado psicológico en un determinado momento. Las listas de relatable memes, relatable videos y relatable quotes son contenidos de enorme éxito, y el propio término está muy presente en el lenguaje juvenil anglosajón.

El éxito de Numa Numa Guy ha traído consigo una larga serie de casos similares: desde los chinos Back Dormitory Boys, que movían los labios siguiendo la letras de canciones famosas en sus habitaciones del college, a la versión del tema «Hey!» de los Pixies que grabaron en su casa en 2005 las veinteañeras israelíes Adi Frimerman y Lital Mizel. En una entrevista con USA Today, esta última comentó, a propósito del éxito del vídeo (que sigue estando online y ha acumulado cerca de treinta y cinco millones de visualizaciones): «Solo encendimos la cámara y nos pusimos a bailar para divertirnos. Sigo preguntándole a la gente por qué les gusta y me responden: “Porque es la realidad”. Se entiende que lo hemos hecho en casa..., se nota que bailamos de una manera espontánea y natural, que nos divertimos. Al verlo, las personas se acuerdan de cuando eran jóvenes y bailaban delante del espejo».[135]

Los dormitorios —y en general los ambientes domésticos, entre los que se cuentan cuartos de baño, garajes y desvanes— son también el escenario más habitual de TikTok. Desde la seguridad de su habitación, jóvenes y menos jóvenes se exhiben, se confiesan, inventan y participan. Sus performances tienen como banda sonora la mayoría de las veces temas pop, pero también conservaciones extraídas de películas y de series de televisión y audios que ellos mismos crean. Como si se tratara de un torbellino, la aplicación absorbe casi cualquier contenido y lo transforma en una feature disponible, una tecla que puede utilizarse para elaborar una contribución personal. En el

verano de 2019 se consolidó una cadena viral muy particular, que produjo alrededor de veinticinco mil interacciones: el audio utilizado es un fragmento breve de Possibly in Michigan, una obra de videoarte firmada por Cecelia Condit en 1983. Encontrada de casualidad por el joven de dieciséis años Vris Dillard en una recopilación de YouTube del género creepy, es una historia absurda y visionaria protagonizada por dos mujeres hablando de compras, perfumes y canibalismo. Las ambientaciones inquietantes e hipnóticas del vídeo, que hoy cuenta con casi medio millón de visualizaciones, han capturado la atención de muchos usuarios, sobre todo entre los más jóvenes, que lo han puesto en circulación en foros, blogs e hilos de Reddit. En TikTok, la frase «Oh no, no no no no no no no silly. To dry it! But, then it exploded! And they were both found dead», extraída de la conversación surrealista que mantienen las dos protagonistas del vídeo de Condit, a propósito de un caniche al que meten en un microondas para secarlo, la han usado miles de adolescentes (prevalentemente chicas), que han recreado y acentuado la atmósfera de terror del contenido original con interpretaciones que se apoyan en géneros como el cine de terror, fantástico o sobrenatural. En definitiva, desde la oscuridad del dormitorio, a puerta cerrada y a menudo con las persianas echadas, miles de chicos y chicas remezclan los contenidos de una pieza artística, demostrando que comprenden su atmósfera y sus significados. Y la utilizan como plataforma de lanzamiento de su expresión personal, transformándola en un dispositivo relacional.

El carácter simultáneamente público y privado que adopta un escenario casero cuando hace de telón de fondo de la performance a través de una webcam ha sido durante mucho tiempo el objeto de estudio de Mara Oscar Cassiani en sus performances. La artista italiana —que se define wi-fi based, subrayando un sentimiento de pertenencia a las comunidades de la red como territorio supranacional y, de alguna forma, autónomo— interpreta los gestos meméticos que inventan en las plataformas los usuarios como una suerte de coreografía colectiva infinita, dentro de la cual un sencillo gesto se imita incontables veces y se repite como un eco, propagándose de habitación en habitación: «Mi proyecto I Am Dancing in a Room reflexiona sobre la eterna reverberación del lenguaje de la gestualidad en la red, que pasa de una habitación a otra, de webcam en webcam, sobre una constelación de usuarios unidos por la persistencia de una misma microcoreografía, por el deseo de expresarse y por la sinestesia del sentimiento de cercanía que permite la

pantalla», explica. «La búsqueda de comunicación, la soledad, la conexión íntima, a pesar de la ausencia de lo físico, son temas que conviven, mientras que el hábitat, la habitación que los acoge, está transformándose continuamente».[136]

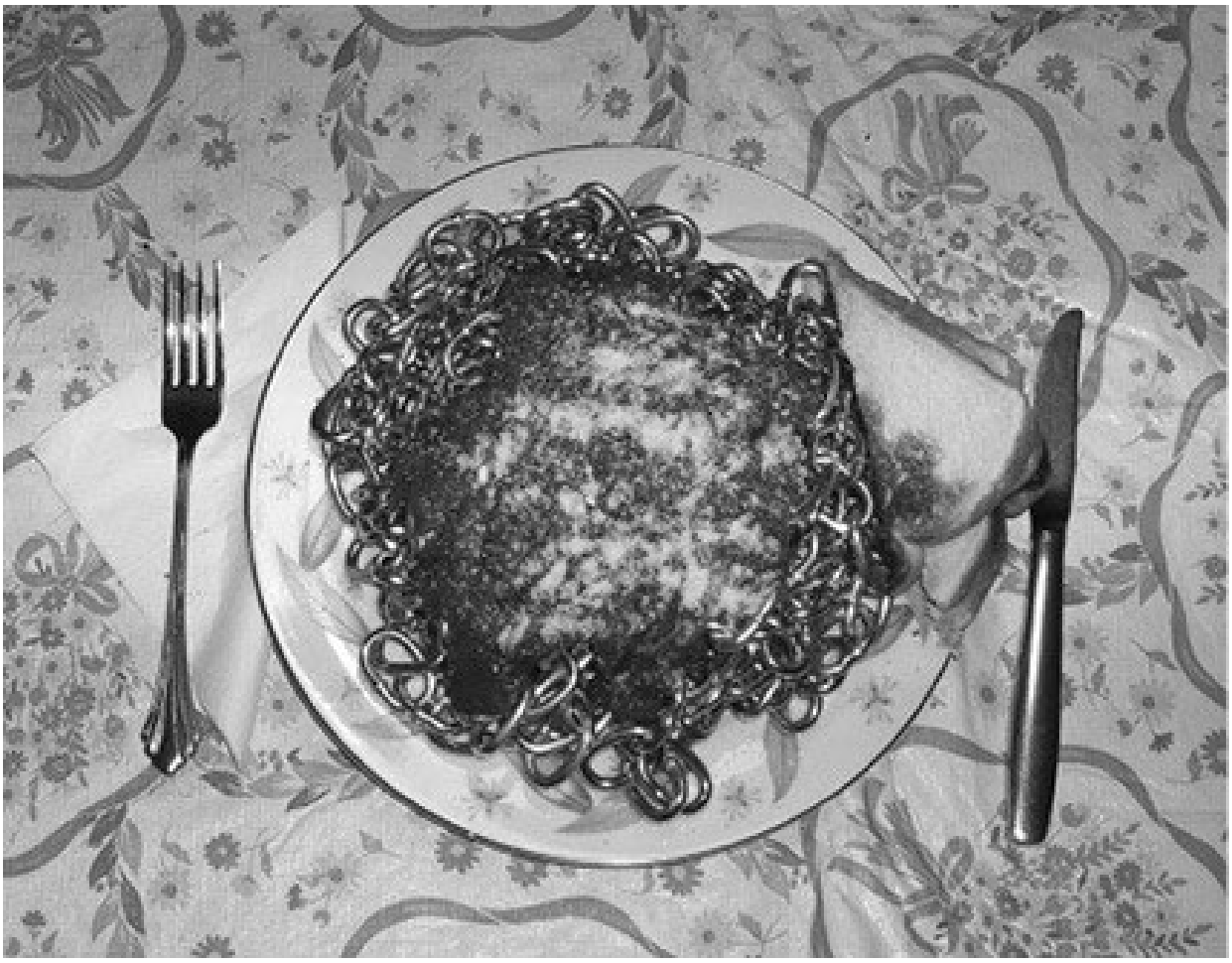
LA ERA DEL SINSENTIDO

objetos inútiles y tutoriales subversivos

El fantasma de Lautréamont renace para invitar a los internautas a sus particulares búsquedas de máquinas de coser y paraguas sobre mesas de disección.

joan fontcuberta[137]

En 1936, Meret Oppenheim, una artista suiza de apenas veintitrés años, se fue a unos grandes almacenes de París a comprar una taza de té, con su platito y su cucharilla, se la llevó a su estudio y la recubrió de pelo de gacela de Mongolia. La pieza nacida de ese acto, Juego de desayuno de piel (también conocida como Objeto), se expuso en la primera Exposition surréaliste d'objets , celebrada en la Galérie Charles Ratton ese mismo año. Según cuentan los testimonios, la idea nació de una conversación que tuvo la artista con Pablo Picasso y Dora Maar en un café, durante la cual el artista hizo este comentario sobre la pulsera de piel que llevaba Oppenheim: «Hoy cualquier cosa podría cubrirse con piel». «Incluso esta taza y este platito», [138] le respondió ella. La imagen, un simple pensamiento pasajero, se materializó poco después en un objeto tangible, como un sueño que se adentra en la realidad, contaminándola con su faz ajena: «Cada idea nace con una forma propia. Yo doy forma a las ideas tal y como me vienen a la cabeza. Nadie sabe de dónde vienen las ideas, llevan su forma consigo; al igual que Atenas nació de la cabeza de Zeus con yelmo y armadura, las ideas me llegan con su vestimenta», [139] explicó la artista.



Cena hecha a base de cadenas, imagen encontrada

La yuxtaposición de dos elementos incongruentes —la taza de porcelana y su revestimiento peludo— dio vida al objeto surrealista por excelencia: una entidad inútil e inquietante, un activador de la imaginación. El pelo priva a la taza de su función práctica, al hacerla inutilizable y trasladarla a la esfera de lo estético. Al mismo tiempo, desvía nuestros sentidos, enfrentándolos: apreciamos sus formas voluptuosas, querríamos acariciarla para tocar su suavidad, pero nos inquieta la idea de llevárnosla a los labios. La artista ha tomado un objeto cotidiano y apaciguador y lo ha llenado de referencias extrañas: connotaciones de tipo sexual, alusión al mundo animal, una incómoda mezcla entre lo animado y lo inanimado, entre lo inerte y lo vivo. Como escribió André Breton en el primer Manifiesto del surrealismo (1924), «el valor de la imagen depende de la belleza de la chispa obtenida»;[140]

asociaba el arte a una mecha, era un dispositivo capaz de hacer explotar el desorden sensorial y cognitivo. Y es exactamente con esa función —la de arma— con la que los artistas han utilizado y utilizan el absurdo. Un arma para conmocionar, divertir, subvertir, protestar, para hacer pensar. Desde las «máquinas célibes» dadaístas, con una gran carga de simbologías eróticas y emotivas, o las visiones oníricas surrealistas que penetraban en la profundidad del inconsciente, hasta las paradojas del arte conceptual, el arte ha explorado a fondo el territorio de lo irracional y lo ilógico.

Fieles a la etimología de la palabra —en latín, absurdus significa literalmente ‘desafinado’—, los artistas han perseguido la posibilidad de la disonancia, del alejamiento de lo obvio y lo ya conocido. El absurdo atrae la atención y desvía el pensamiento, y nos permite así derribar las barreras mentales construidas por la costumbre. Hay centenares de ejemplos históricos que se podrían nombrar: desde Jean Tinguely, que construyó una máquina capaz de autodestruirse, hasta Yves Klein, que vende «zonas de sensibilidad inmaterial» a cambio de oro, pasando por Gino De Dominicis, que lanzaba piedras al mar con el propósito de que aparecieran en la superficie del agua cuadrados en lugar de círculos. Más recientemente, el belga Francis Alÿs ha intentado desplazar una duna en el desierto, Christo ha envuelto el Reichstag de Berlín y Erwin Wurm ha transformado a gente en esculturas vivientes.

Internet ha multiplicado nuestras ocasiones para entrar en contacto con el sinsentido, y también para generarlo en primera persona, favoreciendo la desviación y la asociación libre de ideas e imágenes. Es una forma de resistencia ante la cultura normalizadora y también una vía creativa para exorcizar las contradicciones de nuestro tiempo. El mundo de los memes y de las imágenes virales está lleno de objetos paradójicos que atestiguan el nacimiento de un gusto específico por ese género: trozos de queso que hacen las veces de joyas, pistolas sumergidas en un baño de huevos rotos, helados servidos dentro de zapatillas de deporte, ordenadores utilizados como palés de basura, esculturas hechas con patatas fritas, bocadillos de pasta de dientes y libros que se tuestan en la tostadora... También la práctica de la acumulación goza de una gran popularidad: hay automóviles repletos de plátanos, bañeras con montañas de rosquillas, habitaciones llenas de teléfonos móviles y camas sepultadas bajo cartones de pizza.

Sin embargo, la no lógica del absurdo no atrae únicamente a los objetos, también redirige, desarticula y desvía las acciones. El esquema en el que se introduce más a menudo la acción absurda es el tutorial, o sea, el contenido útil por excelencia, un material informativo pensado para ayudar al usuario a resolver un problema de carácter práctico o adquirir una habilidad determinada. El canal de YouTube HowToBasic, que puede presumir de contar con doce millones de suscriptores, parece a primera vista una página normal de vídeos didácticos, con títulos cómplices e imágenes y descripciones absolutamente normales. Los temas son muy variados: cómo cocinar una lasaña vegana o cómo instalar un váter, pero también cómo ponerse un preservativo, cómo cambiar la rueda de un coche o cómo conseguir unos abdominales perfectos. En el montaje, en la elección de la música y en los textos sobreimpresos en la imagen, los vídeos recuerdan en todo a los tutoriales clásicos, tanto es así que no nos damos cuenta de estar ante un contenido paródico hasta bien pasada la mitad del vídeo, cuando la atmósfera normal del inicio de repente da un giro delirante. Es el caso, por ejemplo, del tutorial para la preparación del eggnog, una bebida anglosajona tradicional. El vídeo, tras la demostración de un par de pasajes creíbles, desemboca en una vorágine de gestos absolutamente desprovistos de sentido: se lanzan los huevos contra el suelo, se meten dentro del váter o se hacen tortillas con la cáscara incluida y después se bate todo el contenido. En general, la seña de identidad de los tutoriales de HowToBasic es la furia destructiva: siempre llega un punto en el que algo se rompe, se lanza, se hace pedazos o se arroja con rabia contra el suelo.

De ese mismo género son los tutoriales irónicos relacionados con el mundo de la informática, como el Basic Computer Tutorial, publicado por el usuario gradualreport en 2011, que ha alcanzado más de medio millón de visualizaciones. En sus casi seis minutos de duración, el vídeo condensa el espíritu dadaísta del género: en lugar de enseñar a manejar y arreglar el hardware de un Apple portátil, lo que hace el profesor improvisado es ir destruyendo el ordenador poco a poco con instrumentos tan improbables como un bisturí o un «cuchillo africano gigante». Hay veces en las que el amor por el sinsentido se expresa bajo la forma de una performance colectiva, como en el caso de la campaña de crowdfunding Potato Salad, que lanzó en 2016 un joven del estado de Ohio llamado Zack «Danger» Brown con el objetivo de reunir diez dólares; llegó a conseguir más de cincuenta y cinco mil. La descripción de la campaña, publicada en la web Kickstarter —

templo de las startups y plataforma dedicada al fomento de proyectos de vanguardia— decía irónicamente: «I'm making a potato salad», «Voy a hacer una ensalada de patata». Para gran sorpresa de su autor, el proyecto se hizo viral y empezó a recibir donaciones a un ritmo asombroso. La página se convirtió en una de las más visitadas en la historia de Kickstarter, superando de largo campañas tan populares como la de la consola para el videojuego Ouya o la del largometraje de Veronica Mars. «Nunca imaginé que llegaría tan lejos. Diez dólares me parecía un objetivo digno y razonable. Pienso que a lo que la gente está respondiendo es a la oportunidad de participar todos juntos en algo que es a la vez absurdo y corriente. Una ensalada de patata no tiene nada de controvertido, pero parece que nos une a todos»,[141] declaró Brown durante una sesión de Ask Me Anything en Reddit, al intentar responder a los centenares de preguntas que cuestionaban el sentido de una iniciativa como esa y buscaban la clave de su sorprendente éxito.

La tendencia de las personas para coordinarse rápida y globalmente por internet con miras a obtener un objetivo fútil —o claramente ridículo— cuenta con decenas de ejemplos. Uno bastante recientes es el de una simple fotografía de un huevo que se convirtió en la imagen más vista y valorada de Instagram, superando en pocas horas el récord que ostentaba la foto que anunciaba el nacimiento del heredero de Kylie Jenner, influyente personalidad del mundo del espectáculo estadounidense, además de uno de los miembros de la famosísima familia Kardashian. La cuenta world_record_egg, que hoy cuenta con cinco millones de seguidores, publicó una única imagen e invitó a la gente a que le dieran un like para superar el impresionante número de pulgares alzados que cosechó la foto de Jenner: dieciocho millones. No solo se alcanzó el objetivo, sino que en pocos días lo superó con creces y se convirtió en la que, sin duda, puede definirse como una operación conceptual colectiva concebida a escala global.

El término conceptualismo salvaje, creado por Darren Wershler, es un fenómeno en continua expansión, que encuentra su principal modo de expresión en el sinsentido. Al oponerse a la categoría del «sentido común», el sinsentido, en su forma de broma, de chiste o de parodia, adquiere un valor disruptivo. En una época definida por un marco sociopolítico sombrío y deprimente, que no ofrece certezas y desalienta la acción colectiva, la respuesta —sobre todo entre los jóvenes occidentales— consiste en una actitud dadaísta que se manifiesta como un reflejo condicionado. De ahí que

las trayectorias de este nuevo conceptualismo a menudo se unan con el mundo de los memes y aún más con el del trolling, una subcultura basada en molestar como un fin en sí mismo que rechaza cualquier sistema de valores y se expresa a través de acciones inadecuadas cuando no delictivas. En este contexto, internet es un lugar en el que es posible evadirse de lo cotidiano, del trabajo, de las obligaciones; una plataforma que permite a la gente dar rienda suelta a su necesidad de ruptura de las reglas sociales; un lugar donde el sentido fluye, donde lo absurdo y lo surreal son elementos habituales de expresión y donde la estratificación de los significados se transforma en un juego colectivo sin fin.

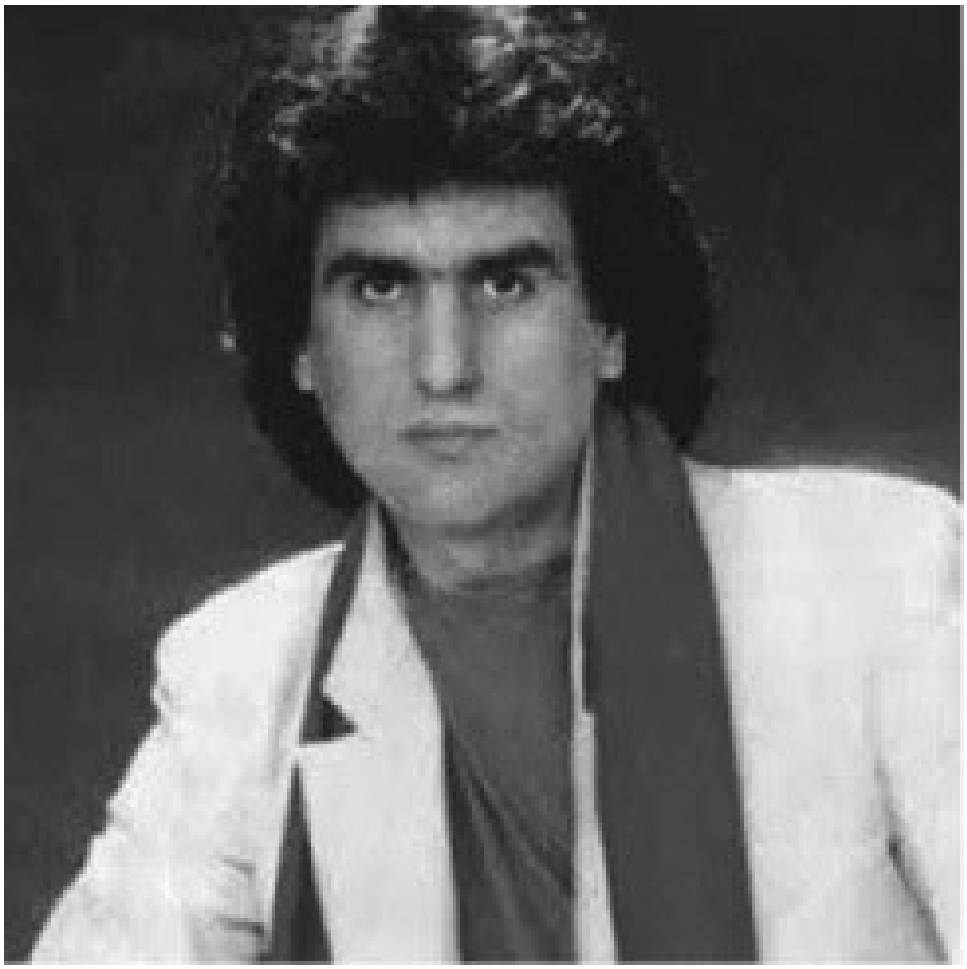
weird social

La ironía va de contradicciones que no se resuelven en un todo más amplio, ni siquiera dialécticamente, va de la tensión de unir elementos incompatibles porque ambos o todos son necesarios y verdaderos.

donna j. haraway[142]

La página italiana de Facebook La stessa foto di Toto Cutugno ogni giorno está online desde agosto de 2014 y la siguen más de setenta mil usuarios. El proyecto hace exactamente lo que anuncia el título: cada día publica una foto antigua y pixelada del cantante italiano Toto Cutugno, sin añadir comentarios y sin cambiar ningún detalle. El éxito de esta página de fans ha capturado la atención de la prensa nacional e internacional, pero también la de un grupo de investigadores del Istituto Universitario di Studi Superiori di Pavia, que han hecho de ello el tema central de un proyecto de investigación. El equipo encargado de redactar el paper «Everyday the Same Picture: Popularity and Content Diversity»[143] ha utilizado la página como «caso-control» en un estudio sobre las reacciones de los usuarios en relación con la heterogeneidad de los contenidos online. Sus resultados son realmente sorprendentes: cada post, que es siempre idéntico, no recibe menos de mil

quinientos likes y unos cuarenta comentarios, lo que demuestra una popularidad estable que no encontramos en páginas con planteamientos más tradicionales. Lo que parece que se les escapa a muchos comentaristas es la naturaleza artística del proyecto: evidentemente, se trata de un gesto de carácter conceptual que aprovecha el ecosistema de las redes sociales para producir una realidad discordante. Cuando la revista Meltybuzz entrevistó al creador anónimo de la página, este confirmó nuestra hipótesis: «La idea nació de la necesidad de darle a la gente alguna certeza en estos tiempos de inestabilidad. En la época de la maleabilidad de la fuerza de trabajo inmaterial y de la normalización de la creatividad, degradada a marketing, recurrí al concepto deleuziano de diferencia en la repetición para representar la posibilidad de encontrar placer en las dobleces de la reificación del imaginario». Y añade: «En nuestros muros, las noticias se quedan obsoletas tan rápido como llegan. Todo cambia para que nada cambie. Esta página, en clara contraposición con esto, ofrece todos los días la misma fotografía; una foto eterna que nunca pasa de moda, que nunca envejece».[144]

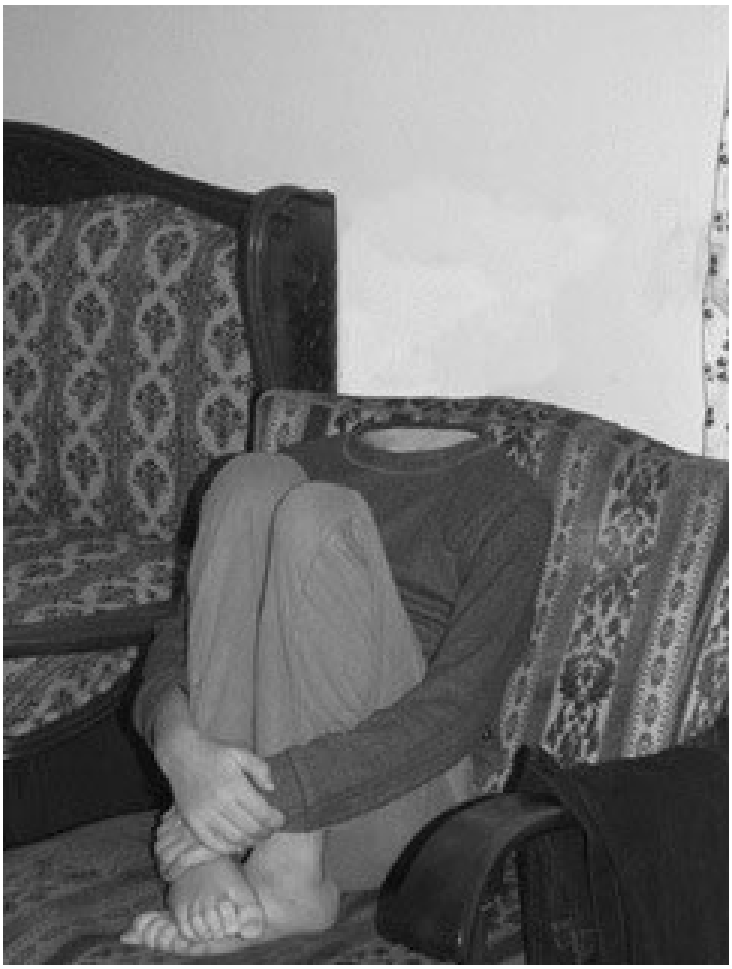


La misma foto de Toto Cutugno cada día

Los fans parecen haber comprendido perfectamente el espíritu de la acción, contribuyendo a hacerla aún más eficaz a través de comentarios surreales, como «la imagen hoy parece más oscura», «la americana estaba mejor planchada ayer» o «¿soy yo o le ha crecido el pelo?». El propio Toto Cutugno está al tanto del fenómeno, en el que pasó de ser una inside joke entre unos cuantos usuarios a convertirse en un fenómeno viral a nivel nacional, y ha participado más de una vez en los comentarios.

La idea inicial no es nueva: ya en 2011 una página de Tumblr publicaba The Same Picture of Dave Coulier Every Day, y subía la foto del cómico estadounidense Dave Coulier todos los días a la misma hora. Durante los años siguientes aparecieron muchas páginas de fans basadas en ese mismo

principio, por lo general dedicadas a personajes famosos, como Jeff Goldblum, Steve Buscemi o Barack Obama, pero también a comida y a objetos (el beicon, el pan, el ajo, un coche y hasta un preservativo lleno de espaguetis). Cada una de estas páginas cuenta con miles de fans, cuando no con decenas y centenares de miles, que las siguen con atención y participan con sus contribuciones. Desde entonces, el universo conocido como «weird Facebook», del que la prensa habló por primera vez en 2014, cuando el periodista estadounidense Jordan Pedersen lo trató en un artículo publicado en The Daily Dot,[145] no ha hecho más que expandirse: los ejemplos de uso surrealista e imprevisto de las herramientas que ponen a disposición de los usuarios las redes sociales son incontables y, aunque también se puede hablar de un «weird Twitter» y de un «weird Instagram», la plataforma de Zuckerberg es la primera de la lista por los numerosos ejemplos que contiene. A todos estos fenómenos les une un enfoque absurdo, humorístico y autorreferencial: desde el evento Listening to Drake and Crying, en el que participaron virtualmente más de veinticuatro mil personas, o las decenas de páginas que publican los llamados dank memes, imágenes raras y plagadas de referencias oscuras, hasta páginas con un evidente influjo surrealista, como Things Full of Beans That Shouldn’t Be Full of Beans. Este último proyecto encarna con precisión y fuerza el gusto por el sinsentido y la yuxtaposición de elementos incongruentes que tanto abunda en la red. Centenares de fotografías muestran objetos repletos de alubias: cafeteras, pintas de cerveza, mondas de plátano, bolas de Navidad, bañeras y hasta joysticks. Existe una auténtica competición por ver quién hace la unión más absurda entre los objetos, quién consigue el contraste más sorprendente e inquietante.



El hombre sin cabeza, imagen encontrada

El reino absoluto de este tipo de series sigue siendo Reddit, una página de social news y de entretenimiento en la que los usuarios pueden contribuir abriendo conversaciones sobre casi cualquier tema. Los conocidos como subreddits muchas veces son foros en torno a tipologías de objetos visuales fuera de lo común y también se convierten en escenario virtual de auténticas performances. Es el caso de Outlets in Odd Places, una serie de imágenes que inmortalizan enchufes instalados en lugares impensables, o de The Letter G, un hilo en el que solo se puede usar la letra ge, en forma de texto o de imagen: la página existe desde hace siete años y cuenta con más de veintisiete mil suscriptores que intercambian diariamente fotografías y mensajes monotemáticos sin ningún interés.

Otro ejemplo paradigmático de weird social es el directo que organizó en Facebook, en octubre de 2016, la página de fans italiana La parte strana dell'Internet. Aprovechando que la plataforma ofrecía por primera vez la posibilidad de lanzar al aire contenidos en vivo durante largos periodos de tiempo, los administradores de la página decidieron lanzar un streaming encantadoramente inútil: un fragmento de la película de Disney Los Aristogatos, en el que el abogado George Hautecourt destapa un boli en loop una y otra vez. El vídeo, infinito e hipnótico, llamó la atención de miles y miles de personas, que siguieron apasionadamente el directo durante días, comentando, compartiendo y produciendo una avalancha de memes y de páginas de respuesta. Desde el punto de vista del éxito numérico, aparte de por su capacidad para salir del nicho de las redes y llegar a tener efecto en la vida real, se distingue el evento de Facebook Storm Area 51, They Can't Stop All of Us. Creada por Matty Roberts en junio de 2019, esta página invita a invadir la famosa base militar Area 51, en Nevada, Estados Unidos, donde, según las teorías de la conspiración, se encontrarían secretos relativos a la vida extraterrestre. Esta absurda invitación, que nació con una voluntad bromista, fue secundada por más de dos millones de personas, lo que llegó a generar no pocas preocupaciones y obligó a las autoridades estadounidenses a pronunciarse sobre el asunto, amenazando con una represión armada ante cualquier intento de acceso.

Una manera muy particular de explorar el universo de lo bizarro consiste en recopilar y difundir las llamadas cursed images. Se trata de imágenes encontradas, de proveniencia incierta, cuyo contenido es misterioso y perturbador. Son fotografías en baja o bajísima resolución y muestran situaciones difíciles de interpretar que pueden hacer sonreír, causar horror o simplemente desorientar. Estos contenidos empujan al navegador medio a usar una expresión típica de la jerga de la red, o sea, «wtf did I just saw» («¿qué co** acabo de ver?»). El uso del adjetivo cursed, que literalmente significa 'maldito', es interesante porque retoma el concepto de viralidad y lo lleva más allá: las cursed images no solo son «contagiosas», sino que están infestadas, y, al igual que sucede en algunas películas de terror, su visión pone a quien las mira en una situación peligrosa. Imbuidas de una cierta forma de negatividad, una vez que se han visualizado, estas imágenes no pueden volver a ser desvistas (unseen) ni tampoco pueden olvidarse: continúan persiguiéndonos como una posesión demoniaca que se esparce a través de la compartición y que utiliza esa compartición para liberar, en un

movimiento catártico, la energía negativa acumulada, que va pasando de mirada en mirada. Eso mismo sucede en la película japonesa The Ring (1998) y en su remake hollywoodiense (2002): la sola visión de una cinta de vídeo provoca la muerte de quien la mira; pero, si se hace una copia de la cinta y esta se le enseña a alguien, la maldición se transfiere.

El primer blog dedicado a las imágenes cursed apareció en Tumblr en 2015, bajo el lacónico título de Cursed Images y con el subtítulo de If You're Here It's Already Too Late. La primera imagen que se publicó —el retrato de un hombre anciano en una habitación con las paredes de madera y rodeado de decenas de cajas de tomates que parecen flotar en el aire— se compartió miles de veces. Con la aparición de otros blogs dedicados a ese mismo género, las imágenes infestadas salieron de Tumblr y aterrizaron en Twitter: la seguidísima cuenta @cursedimages ha llamado la atención incluso de la prensa generalista; han aparecido artículos sobre ella en The New York Magazine, The New Yorker y Gizmodo. El perfil asociaba cada imagen con un número al azar, haciendo aún más misterioso el ritual; al deslizar el feed, que nos deja pegados a la pantalla por su capacidad para acumular visiones inquietantes imposibles de descifrar, nos encontramos con animales vestidos con disfraces de Halloween, inodoros químicos que explotan, hombres envueltos en cinta aislante, esculturas mal acabadas y máscaras antigás llenas de espaguetis. En muchos casos, se trata de imágenes que vienen del pasado, hechas con cámaras obsoletas o con smartphones de primera generación. En un post del blog de Tumblr, una frase que se había publicado en otra cuenta subraya precisamente la relación entre la baja resolución y la aparición de realidades misteriosas: «Cuanto más mierda sea la cámara, mayor es la posibilidad de toparse con alguna criatura extraña, inquietante e indefinible». Y, aunque la cuenta de Twitter dejó de subir publicaciones en 2017, el género ha ido proliferando en hilos de Facebook, Reddit, Imgur, Discord y, naturalmente, 4chan. En Reddit este es un género particularmente querido: los usuarios, además de publicar imágenes, se dedican a buscar una definición lo más precisa posible del adjetivo cursed en hilos y subhilos, donde se ha realizado un extraordinario esfuerzo de análisis de la imagen en sus componentes formales, estilísticos y de contenido, que sorprende por su exactitud y profundidad (durante uno de estos debates, tras haber enumerado con detalle lo que «no es» una cursed image, el usuario Cursed_Judge intenta resumir el concepto, afirmando que, «en general, tienes la sensación de que se trata de una imagen que no debería existir»).

Dentro del fenómeno cursed convergen muchas de las tendencias que hemos analizado hasta ahora: el colapso del contexto, que favorece la fruición de contenidos de proveniencia desconocida, aislados de su fuente y yuxtapuestos a otros; el absurdo como vehículo de activación de la imaginación y de evasión de la realidad; el aspecto contagioso —casi pegajoso— de la imagen fotográfica; la pulsión por el almacenamiento, que adquiere la forma de una serie de colecciones; la compartición como un nuevo comportamiento natural, como una consecuencia espontánea del acto de ver. A esto se añade una última sugestión, que flota entre las páginas de los blogs y los foros donde nacen estas recopilaciones: la posibilidad de que las tecnologías nazcan de un estrato paranormal, que infesten nuestra vida poseyéndonos, hipnotizándonos, dirigiendo nuestra conducta y desvelándonos detalles de un mundo que de otro modo sería incognoscible.

el absurdo en tres dimensiones

Descubrir qué preguntas no tienen respuesta y no contestarlas: esta capacidad es absolutamente necesaria en tiempos de angustia y oscuridad.

ursula k. le guin[146]

Los gráficos 3D se utilizan casi para todo y han alcanzado una extraordinaria capacidad de simular el mundo real. Desde sus albores en los años sesenta hasta nuestros días, su evolución ha sido rápida y constante, y ha contado con grandes inversiones por parte de las industrias del cine y de los videojuegos —dos sectores donde ha tenido un papel fundamental—. A pesar de que los intentos de llevar la tridimensionalidad a una superficie bidimensional (y, más en general, la tendencia a reproducir miméticamente la superficie del mundo) han caracterizado el curso de la historia del arte, manifestándose en todas las latitudes desde la Antigüedad, las posibilidades técnicas que ofrecen los ordenadores han otorgado al 3D una nueva centralidad cultural. En pocas décadas, las potencialidades de instrumentos

como los softwares de modelado, el escáner láser, la realidad virtual y aumentada, los algoritmos de inteligencia artificial y la impresión en 3D nos han transportado a un panorama visual que adquiere contornos cada vez más complejos. Como explica el artista alemán Harun Farocki en su serie Parallel I-IV, un videoensayo que recorre toda la historia de la animación computarizada, estas imágenes «ya no son únicamente una copia del mundo, son una nueva creación del mundo».[147] Estamos asistiendo al nacimiento de todo un universo de imágenes verosímiles, que se inspira en la realidad pero que no la reproduce. Más bien la genera de la nada, usando el código informático como una especie de hechizo capaz de transformar el lenguaje en realidad. Esta idea —la posibilidad de producir mundos indistinguibles de aquel que siempre hemos considerado real— tiene hoy tanta fuerza que facilita la aparición de teorías como la de la simulación del universo, una hipótesis que junta sugestiones filosóficas milenarias con observaciones tecnocientíficas contemporáneas para defender la posibilidad de que todo nuestro mundo sea en realidad fruto de una avanzadísima construcción informática.

La asombrosa capacidad para reproducir la apariencia de objetos y personas con una precisión ilusionista ha relegado a los gráficos 3D durante mucho tiempo a la única función de técnica de simulación. Como consecuencia, la calidad de sus productos se juzga a partir de un solo parámetro: su grado de fotorrealismo. «If you can tell it’s CGI, it’s bad CGI», se dice en el sector; si te das cuenta de que hay imágenes generadas por ordenador en una película significa que no tienen una calidad lo suficientemente alta. Los gráficos computarizados, para tener éxito, han de ser invisibles y engañar a nuestro ojo de manera total y definitiva. Ahora, cuando puede considerarse que prácticamente se ha alcanzado el objetivo, hasta el punto de que los productos del cine comercial están cruzando los inquietantes territorios del uncanny valley, los gráficos 3D parecen haber encontrado nuevos y sorprendentes modos de aplicación. De hecho, existe un enfoque experimental hacia las CGI muy difundido del que son responsables una legión de autores, tanto profesionales como aficionados. En sus manos, los gráficos 3D se transforman en un instrumento de expresión maleable y multiforme que da vida a imágenes —fijas y en movimiento— y cuyas características son estéticas y contenidos originales.

Abandonado el dogma del fotorrealismo y puestas en un segundo plano las exigencias del espectáculo, los gráficos 3D se están desarrollando cada vez más decisivamente en el campo de la vanguardia. Los factores que parecen haber favorecido el surgimiento de este nuevo escenario son dos: la accesibilidad de los instrumentos (los softwares de modelado están disponibles en el mercado y son bastante fáciles de usar) y la cada vez mayor influencia que las CGI ejercen a nivel estético en todos los sectores: en la fotografía, en el periodismo, en la moda o en las artes visuales. Desde las campañas promocionales hechas a partir exclusivamente de modelos de computación gráfica, o la presencia en Instagram cada vez más masiva de influencers digitales, hasta los numerosos renders y animaciones que ilustran artículos y reportajes, los gráficos 3D son responsables de una gran parte de las imágenes que consumimos diariamente, aunque no seamos conscientes de ello (eso sin contar las imágenes híbridas, que mezclan fotografía con trabajo informático). En este caso, también el sinsentido y el absurdo son los territorios más explorados. YouTube y Vimeo están llenos de vídeos hechos con softwares de gráficos tridimensionales que desafían todo principio de realismo, además de toda lógica narrativa: ambientaciones misteriosas, seres mitad humanos y mitad animales, cuerpos que se desmontan y se vuelven a montar y objetos que se replican hasta el infinito.

La cifra estética de muchos de estos contenidos, que evocan el mundo de los videojuegos y de la animación comercial, pero dándole la vuelta a sus fines y procedimientos, suele basarse en el contraste entre el realismo de la forma y lo absurdo del contenido, según lo cual se trata de weird CGI. El ejemplo más famoso seguramente sea Cool 3D World, de Brian Tessler y Jon Baken: lanzada desde la plataforma Vine en 2015, esta serie de videoanimaciones migró después a Facebook, Instagram y YouTube, donde se convirtió en un fenómeno viral, superando de largo las fronteras del sector artístico para aterrizar en los muros de millones de usuarios de las redes sociales en todo el mundo. Los ingredientes que hacen de este mix algo fascinante son muchos: la estética retro, los ambientes oníricos, las músicas hipnóticas y un toque de ironía, algo que siempre está presente en las producciones más inquietantes. Sin embargo, esa misma actitud se puede encontrar también en los vídeos del director David Lewandowski, que mueve a sus personajes —unos maniquíes de goma desarticulados— de maneras extrañas e imposibles sobre un fondo de ambientes realistas. En cambio, los vídeos de Seinfeldspitstain

(seudónimo de Bryan Smithee) utilizan deliberadamente un 3D más tosco, deteniéndose en la estética del glitch y del error.

Cool 3D World

Su vídeo más conocido —Jimmy Neutron Happy Family Happy Hour (2013)— tiene más de diez millones de visualizaciones, lo que lo ha convertido en uno de los contenidos más citados y remezclados de YouTube. Algo parecido lo encontramos en el canal de andywilson92, plagado de vídeos inquietantes realizados con un estilo aproximativo e híbrido, donde se mezclan el 3D y el 2D y muchas veces se cita a personajes de la cultura popular, como Bob Esponja y los Simpson. Acompaña las imágenes una

banda sonora siniestra hecha con voces cavernosas, sonidos distorsionados y silbidos.

Entre los autores underground, merece un puesto de honor Wendy Vainity, también conocida como madcatlady, una señora de alrededor de cincuenta años que desde su casa en Adelaide, Australia, está realizando una experimentación de vídeo muy fecunda, con la que ha producido un centenar de animaciones breves usando diferentes softwares 3D. Mezclando de manera excepcional elementos autobiográficos, referencias al mundo del videojuego y de la cultura popular y profundísimas inmersiones en el universo onírico, los vídeos de Wendy Vainity constituyen uno de los ejemplos más brillantes del género: en My Crappy Life, in Crappy 3d Animation, la autora se presenta ante el público reconstruyendo su propia casa con gráficos computarizados, donde inserta algunas fotografías; su avatar atraviesa el jardín, rodeado de los colores del arcoíris en medio de unos árboles que se mueven con el viento. En la secuencia siguiente nos enseña a sus gatos, que bailan fluctuando sobre la cama en un ambiente que parece privado de la fuerza de la gravedad. El humor surrealista y siniestro lo acentúa aún más la banda sonora: una canción popular australiana, titulada «Wild Colonial Boy», a la que le siguen un sintetizador vocal robótico y un montón de sonidos metálicos y distorsionados.

El uso de la animación 3D es cada vez más popular incluso en el sector artístico mainstream, que tiene características estilísticas semejantes a las que acabamos de describir. Basta pensar, solo por poner un ejemplo, en las producciones de Hito Steyerl, Jon Rafman, Ed Atkins y Cécile B. Evans. En sus obras las formas son deliberadamente esenciales —una consecuencia del uso de softwares rudimentarios y de configuraciones predeterminadas—, los movimientos están ralentizados y son innaturales y los ambientes son oníricos, cuando no extraterrestres. En un momento histórico en el que el fotorrealismo de las imágenes es cada vez más minucioso, los artistas se plantean cuestiones cruciales como las dinámicas de la representación, la relación entre lo verdadero y lo falso y la propia esencia de los seres humanos. Para ello, utilizan los mismos instrumentos que la industria del entretenimiento, pero los deconstruyen, obligándolos a producir visiones alternativas, remezclando las apariencias del mundo en una versión que parece ser producto de un inconsciente tecnológico, un doble caótico y monstruoso que se esconde bajo la superficie de la realidad conocida. En

esta empresa viajan codo con codo con miles de autores menos conocidos que, desde todos los rincones del mundo, desde detrás de sus pantallas, manipulan formas digitales como si fuesen de plastilina y experimentan con este nuevo lenguaje expresivo más allá de cualquier regla o convención.

COLABORACIONES DE MASAS

a golpe de píxeles

El «arte» es una invención de la estética, que a su vez es una invención de los filósofos. Nietzsche enterró a los dos y bailó sobre su tumba. Lo que llamamos arte es un juego.

octavio paz[148]

«H ay un lienzo vacío. Puedes ubicar un píxel sobre él, pero antes de poner otro tienes que esperar. Individualmente puedes crear algo. Juntos podéis crear algo más». [149] Con este anuncio se lanzó en 2017 la primera edición de r/Place, un proyecto ideado por Josh Wardle para la plataforma Reddit. La página, que sigue una tradición ya consolidada de experimentos sociales que se lanzaron con motivo del April Fools' Day, abre el lienzo digital el 1 de abril y lo cierra, sin previo aviso, setenta y dos horas después. Solo en tres días se colocaron sobre un espacio blanco de 1000 × 1000 píxeles cerca de dieciséis millones de píxeles de colores, por parte de más de un millón de usuarios, y r/Place enseguida se posicionó como uno de los mayores proyectos colaborativos de masas en la historia de internet. Un récord solo superado por la segunda edición, que se lanzó por sorpresa cinco años después, en 2022. En ambas ocasiones, los usuarios consiguieron componer un increíble mosaico de imágenes, disputándose el espacio a golpe de píxel, lo que produjo un tapiz digital que contiene textos, logos, cómics, banderas y memes y está plagado de referencias a películas, videojuegos, canciones y obras de arte. Desde el punto de vista estético, el collage de r/Place nos recuerda a otro clásico de la historia de la red: la web The Million Dollar Homepage, [150] lanzada en 2005 por Alex Tew, un joven estadounidense que decidió intentar financiarse los estudios universitarios vendiendo espacios publicitarios a un dólar el píxel. La semejanza con r/Place es exclusivamente

de carácter formal, porque en este último el espacio no se puede comprar, solo se puede conquistar y defender.

El aspecto más sorprendente de este proyecto reside en las rápidas y sofisticadas modalidades de organización espontánea introducidas por los usuarios: según un estudio,[151] la versión final del lienzo de 2017 es el resultado del trabajo de más de ochocientas comunidades distintas, algunas de ellas pequeñas e improvisadas y otras amplias y meticulosamente coordinadas. En 2022, la superficie sobre la que se dibujaba aumentó dos veces a lo largo del proceso; se emplearon casi setenta y dos millones de píxeles e intervinieron cerca de seis millones de usuarios. Durante las primeras horas, como señala Josh Wardle en una entrevista publicada por la revista Newsweek,[152] «Place se parecía a las pintadas que se hacen en los baños públicos», pero los usuarios enseguida se dieron cuenta de que para crear algo interesante era indispensable coordinarse. «Hoy internet permite que las personas se comuniquen y colaboren como nunca había sucedido antes», añadió Wardle, «espero que el éxito y el formato colaborativo de proyectos como Place impulsen a otras empresas que operan en internet a asumir más riesgos a la hora de explorar modalidades en las que los usuarios pueden interactuar entre ellos». El último día, Reddit decidió que solo se podían poner píxeles de color blanco y la performance se cerró con un giro inesperado: durante unas cuantas horas los propios usuarios que habían realizado el mosaico lo borraron. De este modo, la imagen desaparece —píxel a píxel— hasta dejar el lienzo en su estado inicial.

Meme sobre el evento r/Place, imagen encontrada

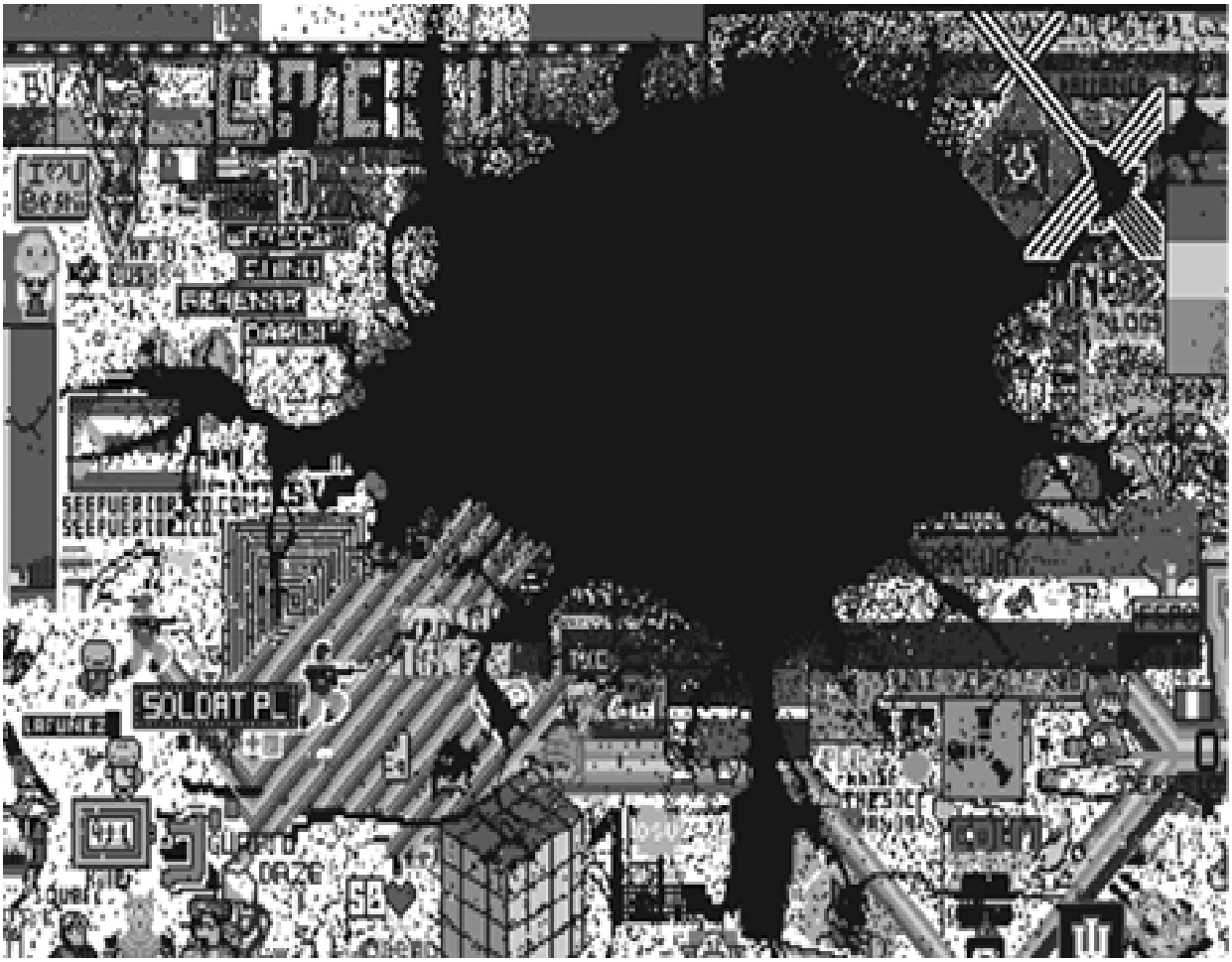
Para hacernos una idea del nivel de complejidad del proyecto, basta con mirar el vídeo a cámara rápida que documenta todo el proceso: un resumen acelerado que comprime los días en minutos. Vemos dibujos que aparecen y desaparecen, que se amplían y se empequeñecen, que cambian de forma, se expanden o se retiran: detrás de cada píxel que cambia hay personas creando, discutiendo, luchando, controlando, animando o pactando. Hay grupos que entablan alianzas para dar vida a dibujos más grandes; hay usuarios individuales que se limitan a colocar puntitos de colores al azar y también alborotadores, trolls y agentes del caos. Por último, escondidos entre los seres humanos, están los bots; automáticos, precisos, incansables. El lienzo digital está lleno de vida, humana y no humana, e incorpora en su

interior centenares de fuerzas que tiran en direcciones opuestas, en busca de un equilibrio imposible.

La capacidad de autoorganización de un número tan grande de personas es aún más interesante si tenemos en cuenta que las reglas de partida que ofrece Reddit son mínimas: cada usuario puede colocar un píxel cada cinco minutos en cualquier lugar de la tela, todas las veces que quiera y eligiendo el color que prefiera. Luego se añaden algunas líneas como guía de comportamiento, también muy genéricas: «Sé creativo, sé cívico, sigue las reglas generales de la página y no publiques datos personales».[153] No existe un objetivo específico ni se gana ningún tipo de puntuación, y tampoco hay niveles que superar. La única sugerencia, implícita en la descripción inicial, es la de colaborar: «Juntos podéis crear más». Como ocurre en todos los ámbitos virtuales poblados por comunidades grandes, como los videojuegos online, la necesidad de unir fuerzas para obtener resultados crea de forma espontánea equipos y alianzas. Durante la edición de 2022, como han señalado muchos observadores, jugaron un papel crucial los streamers, usuarios muy populares que usan plataformas paralelas como Twitch y Discord, que recurrieron a sus comunidades de referencia —en algunos casos, formadas por centenares de miles de personas— y las dirigieron para alcanzar sus objetivos. Cada equipo desplegó todos los recursos con los que contaba para ganarse un espacio y defenderlo; se declararon guerras y treguas, hubo fieles y traidores, buenos y malos, generales y soldados, victorias y derrotas. A pesar de la celebración acrítica de gran parte de la prensa, que lo que hizo fue exaltar las potencialidades creativas de una «comunidad de internet» genérica, r/Place fue en realidad un evento increíblemente controvertido, capaz de sacar a la luz todos los matices de la web, también los menos atractivos. Wardle lo ha definido como «un screenshot que representa a internet en ese momento concreto».[154] Pero, más que una instantánea, r/Place es una gigantesca metáfora en movimiento. Si lo consideramos un objeto finito, de hecho, lo que vemos es únicamente un sorprendente dibujo colaborativo, una obra coral rica en expresividad, pasión y humor. Un himno a las capacidades que los usuarios de la red tienen para construir lazos a distancia, sin conocerse, aprovechando la compartición de ideas, estéticas, experiencias y visiones del mundo. Sin embargo, el resultado final no es más que una foto de recuerdo, una documentación parcial y opaca de la performance puesta en marcha en los servidores de Reddit, Discord, Twitch y en miles de chats privados. El proceso que ha

producido el tapiz de r/Place, de hecho, ha sacado a la luz, al reproducirlas in vitro, algunas de las problemáticas más espinosas que han surgido en internet en los últimos años: el oscurantismo de las voces minoritarias por parte de las grandes comunidades dirigidas por influencers, la polarización del debate público, el surgimiento de tendencias nacionalistas, xenófobas y transfóbicas, la radicalización política de las generaciones más jóvenes y la contaminación progresiva de los ámbitos online por parte de los bots y los algoritmos. Ha habido disputas entre naciones, ataques violentos frente a las minorías e innumerables episodios de violencia verbal y simbólica. El lado estimulante y el inquietante conviven y se compenetran como el yin y el yang; no pueden existir el uno sin el otro.

Entre todas las comunidades participantes, destaca, sin lugar a dudas, The Void, que en este gran juego de rol ha elegido deliberadamente representar el lado oscuro: una mancha negra que se expande sobre el lienzo, eliminando todo lo que encuentra. Similar a la Nada de La historia interminable de Michael Ende, The Void es una fuerza invasora a la que hay que combatir, limitar y mantener a raya. El lema de sus adeptos es un nihilista «Consume Everything, Create Nothing» («Consumir todo, no crear nada»). El vacío, sin embargo, no es percibido por el resto de los usuarios como un acto de trolling, sino como un elemento antagonista que tiene su razón de ser en la economía del conflicto virtual. Su contrario, el antivacío, está representado por el borrado final, que acaba succionando las imágenes en un vacío —esta vez blanco— para simbolizar el final, pero también un posible inicio nuevo, dotando a la performance de un comportamiento circular perfecto.



El vacío, r/Place, 2017

juegos de carnaval

El arte no es un objeto que una persona crea, sino un proceso que un grupo de gente pone en marcha. El arte está socializado. No se trata de alguien que dice algo, sino de personas que hacen cosas, que ofrecen a todo el mundo (incluidos los implicados) la oportunidad de vivir experiencias que de otro modo no hubiesen tenido.

john cage[155]

r/Place no es el primer experimento de diseño colectivo online. Existen numerosos precedentes, tanto en el ámbito artístico como fuera de él. Uno de los ejemplos que podríamos citar es Poietic Generator, la pieza-juego ideada por el francés Olivier Auber en 1986 para el sistema de videotexto de la también francesa Minitel, que se expuso por primera vez ante el público cuatro años después, en 1990, en el Centre Pompidou, con motivo de la muestra Communication and monumentality, y que acabó migrando a la web como applet Java en 1997. También en este caso se trataba de una interfaz para múltiples usuarios online, donde el dibujo se componía gracias al añadido progresivo de píxeles individuales. Sin embargo, aparte de la obvia diferencia de escala —Poietic Generator lo usaban un máximo de dieciséis personas a la vez—,[156] el sistema no preveía el aspecto conflictivo: los participantes podían añadir trozos nuevos al dibujo, expandir sus formas y unirlas, pero no invadir las zonas de los otros. Por el contrario, esta posibilidad sí estaba presente en Open Studio, de Andy Deck (2001), tercer proyecto de una serie dedicada al dibujo colaborativo online después de The Blackboard (1997) y de Graphic Jam (1999, con Mark Napier). Como explica el propio Deck, dentro de su sistema «tienes que tener presente que no eres el único creador. Mientras observas la imagen que acabas de producir, esta empieza a cambiar y, si de repente ves que el programa está siendo utilizado por dos usuarios y después por tres, no tiene sentido enfadarse ni protestar. Desde algún lugar del ciberespacio, alguien se ha sentado a dibujar encima de tu creación, y puede que lo haga de una manera fantástica u horrible».[157]

En r/Place vemos, por tanto, confluir experiencias y culturas diferentes: los proyectos de arte interactivo online —sobre todo los que surgieron entre los años ochenta y dos mil—, el mundo de las comunidades virtuales y de las redes sociales y, por último, evidentemente, el amplio universo del gaming. El experimento de Reddit, de hecho, no habría sido posible si no tuviéramos a nuestras espaldas cuarenta años de videojuegos, fandom y socialización online. Todas estas áreas culturales han contribuido al nacimiento de una acción colaborativa compleja y poderosa, de un evento capaz de unir orgánicamente arte, juego y performance. Y no es casual que quien lo acogiera fuera una plataforma social dotada de una identidad igualmente compleja como es Reddit. Así lo explica Adrienne L. Massanari, autora de

una amplia y exhaustiva investigación sobre el tema: «[Reddit] es una comunidad, una vitrina, un carnaval, un espacio de juego, todo en uno. Ah, y también debes saber que contiene un montón de cosas realmente inquietantes. Allí está lo mejor y lo peor de internet y de la humanidad, reunidos en un solo lugar».[158] Al analizar las diferentes caras de Reddit, Massanari distingue cinco palabras clave: carnival, performance, play, community y platform. Si community y platform nos resultan, obviamente, términos asociados a una red social, más interesantes para nuestros fines son, en cambio, carnival, play y performance. Para explicar el concepto de carnival, la autora recurre a la conocida definición que de él da Mijaíl Bajtín[159] en sus escritos sobre François Rabelais. El carnaval, explica Massanari, es «un vuelco de las convenciones de la vida cotidiana». Dentro del carnaval, «las jerarquías se mejoran y se invierten, y la muchedumbre obtiene placer del "cuerpo grotesco", al gozar con los placeres (y la degradación) de la carne. En Reddit, esto significa que un solo hilo puede contener referencias sexuales, respuestas bajo forma de GIF animados, juegos de palabras, imágenes e historias grotescas y discursos racistas y sexistas junto a comentarios sinceros y conversaciones significativas. Todo ello contribuye a crear un espacio caótico que es al mismo tiempo adictivo y repugnante».[160] De ahí que el elemento caótico y ambivalente de r/Place, que se expresa con la yuxtaposición de imágenes, símbolos y comportamientos de signo muy diverso, represente una inevitable consecuencia del contexto.

El tema de la suspensión temporal de jerarquías y reglas sociales es igualmente significativo y constituye un elemento recurrente, tanto en los espacios de socialización online en general como, más concretamente, en los lugares designados al juego. «En Reddit el juego se convierte en la modalidad principal, a través de la cual se activa la cultura, se codifica la pertenencia y se consolida la comunidad»,[161] explica Massanari. El término performance, por su parte, sirve para enmarcar tanto el elemento ritual como el estrictamente artístico. En ese caso, el gesto creativo es una experiencia que se prolonga en el tiempo y que necesita de la participación directa para expresar todo su potencial.

Resulta especialmente revelador, ahora que han pasado casi cuarenta años, releer las palabras que escribió en 1984 un pionero del arte telemático como fue Roy Ascott. El artista británico se dio cuenta de que, al igual que en un

sistema reticular de distribución, las dinámicas creativas tienden de manera espontánea a cuestionar la autoría individual y producen interacciones en lugar de objetos; es decir, performances antes que productos acabados: «El propio arte se convierte no en un conjunto discreto de entidades, sino más bien en una red de relaciones entre ideas e imágenes en continuo movimiento, a la que no es posible atribuir ninguna autoría individual y cuyos significados dependen de la participación activa de cualquiera que entre en la red […] en cierto sentido, existe una única totalidad: el flujo de la red, donde cada idea es parte de otra, donde cada participante refleja a cualquier otro participante dentro de la totalidad».[162]

La experiencia de r/Place también nos habla de las alternativas y los imprevistos que surgen de un concepto del que se abusa en el ámbito de los negocios online: la mass collaboration. Popularizado por Don Tapscott y Anthony D. Williams en el ensayo Wikinomics,[163] el término suele emplearse para describir situaciones en las que un gran número de individuos trabajan de forma independiente en un mismo proyecto utilizando diferentes modelos organizativos. Sin embargo, las numerosas publicaciones sobre el tema se refieren en la gran mayoría de los casos a empresas colaborativas con un objetivo explícito y una utilidad clara. Es el caso de Wikipedia, por ejemplo, o de las muchas iniciativas del campo del software de código abierto. Como demuestran repetidamente Tapscott y Williams, la colaboración de masas en la era de internet también es un instrumento que está a disposición de las compañías: «La nueva colaboración de masas está cambiando la manera en la que las empresas y la sociedad aprovechan los conocimientos y las capacidades para innovar y crear valor».[164] La participación global en la creación de contenidos, por lo tanto, a pesar de la retórica sobre la energía creativa del prosumer, ha acabado demasiadas veces transformándose en la enésima oportunidad de explotación económica de la inteligencia colectiva. Pero la colaboración de masas, como hemos visto en otras ocasiones a lo largo de estas páginas, alcanza su máximo potencial cuando se une a un objetivo práctico; cuando el único valor que transmite reside en su propia capacidad para producir, en la multiplicación de ideas y personalidades, en la desaparición casi total de lo individual en favor de una entidad total, en el sentido de pertenencia que genera. Las habilidades que a Tapscott y a Williams les hubiera gustado poner al servicio de la obtención de beneficios —la capacidad de coordinación, la sociabilidad, el espíritu

emprendedor, la actitud ante la negociación e incluso la tendencia a actuar de forma imprevista— se emplean, cada vez más, para conseguir objetivos fútiles, como hacer un dibujo junto con varios millones de desconocidos poniendo un píxel cada cinco minutos.

anarquía vs. democracia

Pero están surgiendo nuevas formas comunitarias: estas nuevas comunidades se definen mediante vínculos voluntarios, temporales y tácticos y se reafirman mediante empresas intelectuales e inversiones emocionales comunes.

henry jenkins[165]

Otro ejemplo paradigmático de mass collaboration creativa es Twitch Plays Pokémon, una performance videolúdica donde la interacción entre los usuarios ha adoptado formas y modalidades asombrosas. Nacida el 12 de febrero de 2014 gracias a la iniciativa de un programador australiano anónimo, estuvo funcionando algo más de dieciséis días. Según Marcus Graham, uno de los fundadores de la plataforma de streaming Twitch, «Twitch Plays Pokémon ha creado un movimiento. Ha cambiado el modo en el que las personas piensan en los contenidos que pueden crear en Twitch. Ha cambiado el modo de concebir el impacto que puede tener una experiencia en un espectador. También ha conseguido que lo imposible parezca posible; Twitch ha ganado la partida».[166]

Como r/Place, el input inicial es sencillo: en la página se ve un streaming del videojuego Pokémon Red y se invita a los usuarios a usar el chat para enviarle órdenes al juego. En la práctica, pulsando letras en el teclado se puede participar directamente, convirtiendo así el streaming en interactivo. Obviamente, a pesar de que en este caso el objetivo estaba muy claro —ganar el juego—, la coexistencia de centenares de miles de personas en el chat hacía que pareciera algo imposible. De hecho, cada orden que se

enviaba podía anular o contradecir la anterior, impidiendo cualquier tipo de progreso. Sin embargo, y a pesar de las dificultades técnicas provocadas por la sobrecarga de los servidores, los usuarios de Twitch consiguieron alcanzar su objetivo y fueron superando los distintos niveles con éxito. La plataforma estima[167] que participaron más de un millón de personas —con picos de presencia simultánea de alrededor de ciento veinte mil— y se enviaron por chat ciento veintidós millones de mensajes. Estas cifras han hecho que Twitch Plays Pokémon gane el récord Guinness al videojuego de jugadores individuales con «el mayor número de participantes».[168]

Una pantalla de Twitch Plays Pokémon, 2014

Seis días después, el 18 de febrero, después de haber llegado a un punto muerto, el administrador del canal introdujo una variante: la modalidad «Democracia». Básicamente, cuando esta opción estaba activa, a cada movimiento le seguía una votación y se acababa adoptando la preferencia más popular. En un determinado momento, también la elección entre la modalidad «Democracia» y la modalidad «Anarquía» pasaba a ser objeto de votación, reintroduciendo una variable caótica dentro del juego y generando de forma automática la formación de dos facciones opuestas: los demócratas y los anárquicos. Durante los dieciséis días que duró el evento, surgió una rica cultural visual y textual de manera espontánea: nacieron blogs, dibujos, memes, incluso piezas artísticas, como la extraordinaria Helix Bible, el libro sagrado de la facción de los Anárquicos, adoradores del artefacto más famoso del juego: el Fósil Helix.

Twitch Plays Pokémon acabó triunfalmente el 1 de marzo de 2014, dejando huella en la comunidad de Twitch, pero no solo. Ha habido muchos intentos de repetir la experiencia, como cuenta Graham en su cuenta de Twitter, pero, al igual que ocurre con todos los eventos profundamente transformadores, Twitch Plays Pokémon demuestra ser poseedor de una energía «que no se puede simplemente recrear».[169] *La potencialidad performativa del streaming online, junto con sus posibles extensiones colaborativas, se va haciendo cada vez más evidente a partir de ese momento y abre el camino a un uso de la plataforma más variado y creativo. Entre las muchas filiaciones de Twitch Plays Pokémon las hay que se han ganado el derecho a formar parte del filón weird del que hablamos en el capítulo anterior. Una de ellas es Fish Plays Pokémon, un extraño experimento realizado por una pareja de estudiantes que puso el juego en manos de un pez llamado Grayson Hopper: dependiendo de la zona del acuario en la que se encontrara el animal, se activaba un comando diferente. El directo tuvo un enorme éxito, con picos de más de veinte mil personas conectadas a la vez. En un interesante ensayo de 2014,*[170] *el profesor João V. Tomotani de la Universidad de São Paulo, Brasil, relacionó este experimento con el conocido teorema de los infinitos monos, según el cual un mono que pulsa sin querer las teclas de un teclado durante un tiempo inconmensurablemente largo casi seguro que conseguiría componer un texto sensato e incluso una obra literaria. Tomotani subraya la naturaleza especulativa y conceptual de Fish Plays Pokémon al afirmar que «es obvio que Grayson nunca acabará el juego, no le pondrá fin antes de la*

muerte por calor del universo. Probablemente, ni siquiera conseguirá acercarse a la Zona Safari, de donde no saldría bien parado. Pero quizá, solo quizá, podría suceder algo imposible, y el pez podría llegar a cumplir su sueño inalcanzable y convertirse en un maestro Pokémon».[171]

Pantallazo de Fish Plays Pokémon, 2014

A continuación, durante los meses y años siguientes, aparecieron otras variaciones sobre el tema, como Fish Plays Street Fighter, Dippy Bird Plays EarthBound e incluso un absurdo Potato Plays Pokémon, cuyo protagonista es un objeto inanimado. Como es fácil suponer, en este caso en la pantalla no sucede absolutamente nada y los usuarios que se conectan al streaming lo único que pueden hacer es observar la patata sobre la mesa, inmóvil. A su

lado, igualmente estática, está la pantalla de inicio del juego. En un radical vuelco irónico, se niega cualquier interacción y la participación se reduce a lo mínimo: la recepción del mensaje. Si bien en Twitch Plays Pokémon y en r/Place el juego, debordianamente hablando, funciona como una suerte de antídoto del espectáculo, al introducir a todos los usuarios en una situación alegre y desligada de cualquier dinámica productiva, la experiencia lúdica online también es siempre un espectáculo potencial.[172] De hecho, desde hace ya tiempo, en las plataformas de streaming los videojugadores representan sus habilidades delante de públicos cada vez más amplios. El videojuego es un dispositivo maleable, dentro del cual se funde la experimentación artística con el entretenimiento. En los canales de streaming, la performance no siempre es un alarde de habilidades o un contenido informativo. En algunos casos, como ya hemos visto, se convierte en una experiencia que los usuarios pueden construir juntos, sumando centenares de miles de pequeñas acciones que, al unirse, crean ese sentimiento de «totalidad» (wholeness) que prefiguró Roy Ascott en los años ochenta del pasado siglo y que ofrece a los participantes la sensación de formar parte de una entidad compuesta pero unitaria, plural pero completa.

la conspiración de los monolitos

[…] lo que desaparecerá será la figura del autor, este personaje al que se le continúan atribuyendo funciones que no le competen, el autor como expositor de su propia alma en una exposición permanente de las almas, el autor como usuario de órganos sensoriales e interpretativos más receptivos que la media, el autor como personaje anacrónico, portador de mensajes, director de conciencias, dictador de conferencias a las sociedades culturales.

italo calvino[173]

El 18 de noviembre de 2020, en medio de la primera ola de la pandemia del covid-19, unos biólogos del Estado que trabajaban en la División para los

Recursos Naturales de Utah, Estados Unidos, avistaron un objeto misterioso en el desierto. Se trataba de un monolito plateado, con una altura cercana a los tres metros y de planta triangular. La noticia, que se publicó en un post de Facebook del Departamento de Seguridad Nacional, enseguida dio la vuelta al mundo y generó entusiasmo y una comprensible curiosidad. De hecho, el objeto, del que aún no se conoce el origen, activó la imaginación de millones de personas. La semejanza con el célebre monolito de la película 2001: Una odisea del espacio alimenta fantasías ligadas a civilizaciones alienígenas, mientras la estética minimalista apunta a excelentes atribuciones del mundo del arte contemporáneo, trayendo a colación a grandes escultores como John McCracken y Richard Serra. Las teorías sobre este fenómeno se multiplican: ¿es un portal dimensional, un dispositivo de comunicación, un accesorio abandonado, una campaña viral de marketing, una escultura contemporánea o solo es una broma bien orquestada?

Meme sobre el hallazgo del monolito de Utah, imagen encontrada

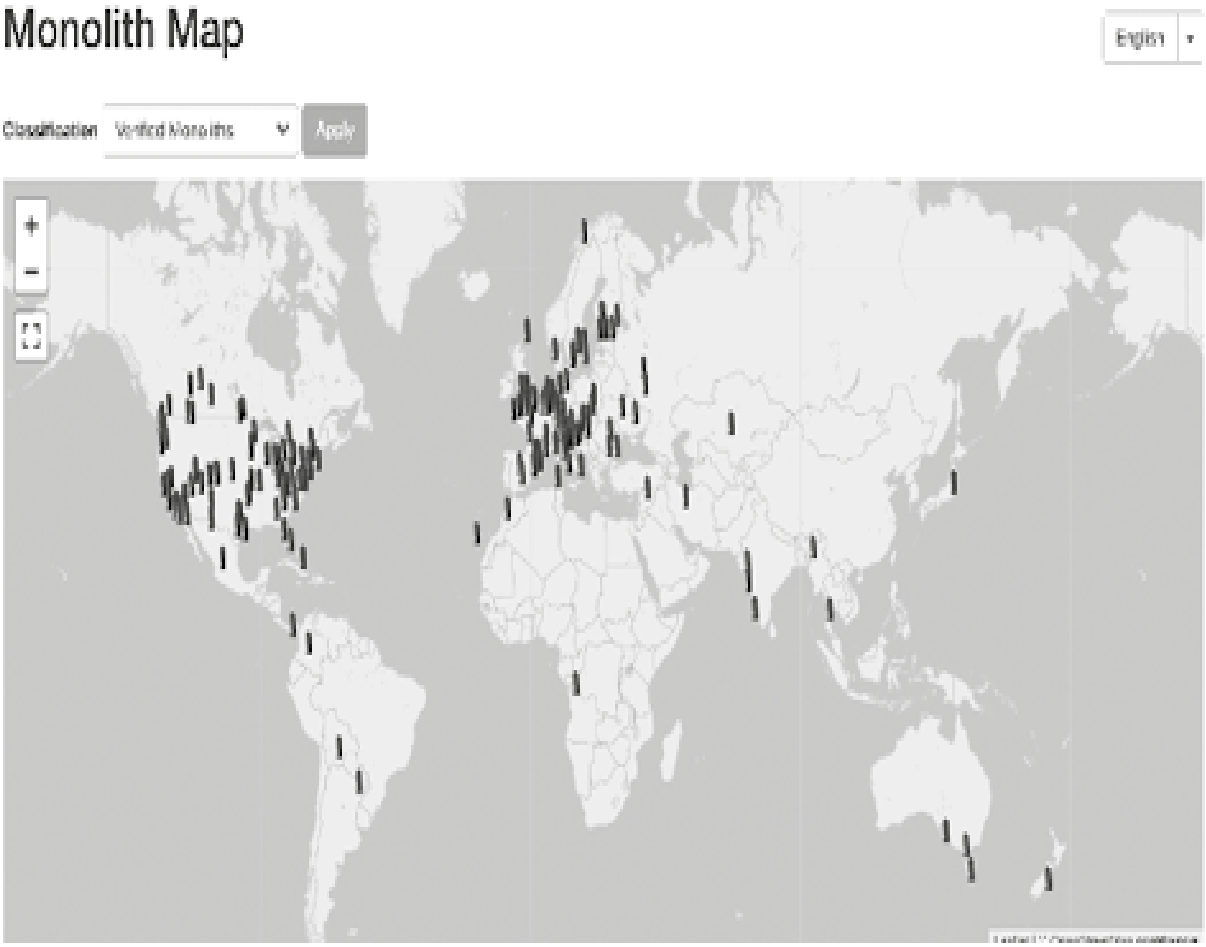
Como ocurre siempre con acontecimientos de carácter misterioso, la noticia de este hallazgo transformó internet en un gran laboratorio de investigación. A los pocos días, el 24 de noviembre, un usuario de Reddit localizó la ubicación exacta del monolito y, comparando las distintas imágenes que se habían ido almacenando, estableció la edad del monolito: se instaló entre agosto de 2015 y octubre de 2016. En el momento de su descubrimiento, por tanto, llevaba allí al menos cuatro años. Con la divulgación de las coordenadas, comenzaron los peregrinajes. A pesar de encontrarse en una localidad aislada y de difícil acceso, muchos se aventuraron hacia las gargantas del desierto para ver el objeto de cerca y hacer algunas fotos. Este interés repentino no gustó a todo el mundo y el 27 de noviembre de 2020 un grupo de activistas locales lo quitó, declarando que quería proteger la integridad de ese espacio natural, y puso fin al flujo cada vez más considerable de curiosos y periodistas. En el lugar ocupado por el monolito se puso una pequeña pirámide. La desaparición del objeto original, sin embargo, no parece que hiciera decaer el interés por el asunto: una semana después apareció un segundo monolito, esta vez en Rumanía, después, un tercero en California y un cuarto en Pittsburg. A lo largo de un año, según la página Monolith Tracker,[174] se descubrieron más de doscientos ejemplares dispersos por el mundo: en Italia, España, Marruecos, Finlandia, Paraguay, Australia o Tailandia. Algunos desaparecían a los pocos días, bien porque los retiraban o los robaban; otros continúan en su sitio. A veces los autores salen a la luz, pero en la mayoría de los casos permanecen en la sombra y se conforman con haber añadido una pieza a la gran narración del momento. Cada uno de los monumentos hazlo-tú-mismo que se coloca en algún lugar del mundo compite para mantener vivo el mito, para que circule el meme que alimente ese gigantesco depósito de imágenes, historias y acciones. El objeto de por sí no es particularmente interesante ni original, pero su aparición inesperada, unida a la capacidad de resistir cualquier intento de contextualización, enseguida lo transforma en un símbolo, en el símbolo por excelencia de lo absurdo en 2020: el año del confinamiento mundial, de la distancia social, del asilamiento radical. El año en el que lo imposible se convierte en algo cotidiano. Como si se tratara de un ritual liberador, la broma global del monolito prospera: las columnas se replican, todas

idénticas y todas distintas; el meme abandona los píxeles para materializarse en átomos de metal. En este fenómeno de los monolitos confluyen, una vez más, filones culturales diferentes que se hibridan y refuerzan mutuamente: literatura y cine de ciencia ficción, escultura contemporánea, trolling y memética.

Existe un proyecto artístico que tiene una fuerte conexión conceptual con la obra colectiva de los monolitos: se trata de Metro-Net (1993-1997), de Martin Kippenberger. El artista alemán, fallecido de forma prematura a los cuarenta y cuatro años, instaló durante el transcurso de los años noventa una serie de entradas de metro en lugares imposibles; empezó en la isla griega de Siros y continuó en Canadá, Alemania, Suiza y Estados Unidos. En algunos casos, para potenciar la ilusión que evoca la obra, se instalaron conductos de aire de los que salía el ruido del viento y otros sonidos. La idea, surrealista y poética, era la de unir el planeta a través de una red de transporte imaginaria: las estaciones, de hecho, son esculturas carentes de funcionalidad, pero actúan como objetos evocadores. Aparecen en lugares remotos, como si se tratara del fruto de una alucinación o de un sueño; no funcionan como objetos sueltos, sino que forman parte de una red: cada instalación está unida a las otras, cada estación es solo una parte de Metro-Net.

A pesar de que en el caso de los monolitos no podemos identificar a un solo autor, sí existe una orquestación compleja; la fisonomía del evento asume límites parecidos a los de la obra de Kippenberger: es una pieza dispersa, en la que cada uno de los objetos tiene sentido en función de su pertenencia a la serie; las piezas aparecen en lugares aleatorios, sin preaviso, y a veces desaparecen como han aparecido. El fenómeno basa su encanto en lo imprevisible y en el carácter salvaje e incontrolado de sus manifestaciones. Mientras que en el caso de r/Place y Twitch Plays Pokémon siempre estaba presente una chispa inicial muy identificable, además de que existía una cierta dirección, aunque fuera débil (de la plataforma en el primer caso; del streamer en el segundo), aquí nos encontramos ante un evento artístico de carácter completamente espontáneo, que se apoya en el poder de la red como vector de conocimiento y de compartición. La diferencia con el arte interactivo y relacional que consumimos en exposiciones y museos no podría ser más evidente. Como explica Boris Groys, también cuando el artista decide involucrar a los espectadores mantiene siempre su papel. Aunque dé la sensación de que está cediendo una parte de su poder, en realidad no hace

otra cosa que ampliarlo: «La decisión por parte del artista de renunciar a la autoría exclusiva de la obra parecería que da poder, sobre todo, al espectador», explica. «Este sacrificio, sin embargo, le da la ventaja al artista, porque lo libera del poder que la mirada fría del espectador no involucrado ejerce sobre la obra de arte».[175]



El mapa de los monolitos, publicado en la página monolithtracker.com

Cuando la chispa inicial es anónima y casual, por el contrario, el artista individual enseguida se hace indistinguible, se pierde en la llamarada de la participación. Es en ese preciso momento cuando la obra alcanza la posibilidad de crecer y desarrollarse según una lógica orgánica, nutriéndose de las individualidades, pero adquiriendo una fisonomía coral.

La capacidad de las redes para dar vida a entidades dispersas, y por ello no controlables, que incorporan diferentes individualidades sin representar en verdad a ninguna, es estimulante, pero también desorienta, sobre todo cuando la participación es realmente de masas. Para afrontar este aspecto, menos evidente, pero, sin duda, esencial, concluyamos nuestra reflexión con estas palabras con las que Alexander R. Galloway y Eugene Thacker explican el origen de este sentimiento de desorientación en el ensayo The Exploit: A Theory of Networks: «La cualidad no humana de las redes es precisamente lo que hace tan difícil comprenderlas [...]. Estas son, a nuestro entender, un medio de poder contemporáneo y, sin embargo, ningún sujeto individual ni ningún grupo controla de manera absoluta una red. Los sujetos humanos constituyen y construyen las redes, pero siempre de una manera enormemente dispersa y desigual. Los sujetos humanos prosperan gracias a la interacción en red (familia, grupos, vida social en general) y, aun así, los momentos en los que la lógica de la red toma la delantera —bajo forma de multitud o de plaga, de contagio o de infección— son los más desorientadores, los más amenazantes para la integridad del ego humano».[176]

DEL LABORATORIO A LA REALIDAD

Pues te diré lo que me gustaría. Me gustaría un poco de mal comportamiento y malos pensamientos. Me gustaría ver arte valientemente necio y frívolo, que no pueda interpretarse como ninguna otra cosa. Me gustaría ver a un puñado de gamberros de veintitrés años tan entusiasmados, tan alborotados y tan implicados en alguna estúpida, seductora y destructiva marca de cultura visual que me sintiera yo obligado a rebelarme con justificada indignación y a escupir veneno para lamentar la arrogancia y autoindulgencia de esta generación más joven y todos sus artefactos.

dave hickey[177]

En un texto de 1923, Aby Warburg hablaba de la producción de imágenes como una «necesidad biológica». [178] El estudioso alemán, en su rechazo a lo que definía «la historia del arte estetizante», describía el mundo de las imágenes como un territorio a medio camino «entre la religión y el arte» y subrayaba su carácter arquetípico y emotivo. De ahí que la función del artista, al que durante siglos se ha considerado un productor primario de imágenes, se revelara crucial, pues a su trabajo se le confió la transmisión de la cultura visual y de la memoria colectiva a través de los siglos.

Hoy, esta centralidad del artista, como hemos señalado a lo largo de estas páginas, se ha desmoronado y ha cedido su lugar a una dinámica de creación y gestión de las imágenes de carácter colectivo. En la era del acceso global a los instrumentos de producción y distribución de contenidos, las estéticas y los lenguajes elaborados por autores anónimos —bien de forma individual o dentro de largas cadenas colaborativas— adquieren una relevancia cultural que no debe subestimarse. Por ello, es necesario que, de una vez por todas, ampliemos nuestra idea de arte y aceptemos la posibilidad de que este se trate de una extendida modalidad expresiva y de subjetivación capaz de adentrarse en lo cotidiano, que se confunde con acciones propias de la vida

ordinaria, habita lugares no institucionales y adopta formas imprevistas, desarticuladas e indebidas.

Este proceso de reabsorción del gesto creativo dentro del flujo existencial es un objetivo que han perseguido las vanguardias a través de obras, textos y manifiestos en más de una ocasión; sin embargo, el sistema del arte únicamente ha sido capaz de aceptar esta idea en un nivel abstracto y conceptual. Lo explicaba muy bien Umberto Eco en un artículo publicado en 1977 por la revista L'Espresso.[179] El filósofo italiano, mientras comentaba los movimientos políticos en la Italia de ese año, señalaba el surgimiento espontáneo de prácticas propias de las vanguardias, tanto históricas como recientes, en contextos alejados de la llamada «alta cultura». Este hecho revelaba no solo la incorporación de dichos lenguajes en la vida cotidiana de las nuevas generaciones, sino también la dificultad de reconocerlos por parte de quienes habían estudiado y contado esa alta cultura: «Ahora quizá estemos ahí: las nuevas generaciones hablan y viven en su cotidianeidad el lenguaje (o bien la multiplicidad de los lenguajes de la vanguardia). Todos a la vez. […] El dato más interesante es que este lenguaje del sujeto dividido y esta proliferación de mensajes aparentemente sin código los entienden y practican grupos que han permanecido al margen de la alta cultura, que no han leído a Céline ni a Apollinaire, que han llegado a la palabra a través de la música, el dazibao, la fiesta o los conciertos de música pop. Mientras que esa alta cultura que entendía perfectamente el lenguaje del sujeto dividido cuando era un objeto de estudio deja de entenderlo cuando lo hablan masas. […] Aquello que le parecía aceptable como utopía abstracta, como una propuesta de laboratorio, le resulta inaceptable cuando se presenta en carne y hueso».[180]

Según Maurizio Calvesi, que cita a Eco en su Avanguardia di massa,[181] publicado en 1978, las neovanguardias ejercieron un papel esencial en este traspaso de la herencia lingüística. De hecho, estas vanguardias —a diferencia de las históricas, que lo que querían era incidir directamente en la realidad política y social a través de «una alianza directa con la revolución»— han, «por decirlo así, redimensionado, y sin embargo alcanzado, sus objetivos, al apostar, más que por la ejemplaridad programática, por el "contagio" de actitudes y comportamientos, para lo que han buscado, y encontrado, el contacto con los mass media que entre tanto

habían eclosionado y se habían propagado, y han conseguido una clara respuesta de las masas».[182]

Es interesante la elección de un término como contagio, que nos evoca el actual panorama viral y memético y además subraya el papel fundamental de los medios en el proceso de difusión de los diferentes lenguajes y comportamientos. Sin embargo, estos análisis aún se referían a un contexto histórico distinto al actual, en el que la propia palabra masa poseía unas connotaciones difícilmente comparables a las de hoy: internet, con su capacidad para propagar rápidamente los lenguajes y las actitudes y para favorecer la democratización de los medios de producción y distribución, ha condicionado la llegada de nuevo género de expresión artística que quizá podríamos definir como extendida, colectiva y metamórfica. A pesar de las semejanzas, las referencias y las citas que hemos utilizado en este libro, estas expresiones no pueden declararse hijas, y menos aún herederas, de ningún movimiento histórico-artístico anterior; más bien, la cultura de internet ha generado el nacimiento espontáneo de una actitud artística generalizada, que se ha desarrollado a partir de la manifestación libre y desordenada de comportamientos fuera de la norma, de contenidos insólitos y personales, de visiones del mundo vertiginosamente diversificadas.

Gallo en zapatillas, imagen encontrada

El parecido con el arte conceptual y performativo es, pues, una consecuencia de la liberación progresiva de enfoques, estéticas y pensamientos anticonvencionales, que encuentran en la red un magnífico escenario, además de un vehículo de difusión global de eficacia desmedida. La apropiación, el remix, la cita y la performance son, por lo demás, elementos que están en el ADN de la cultura digital; forman parte de sus características innatas. Son los efectos colaterales inevitables de un ecosistema donde cualquier contenido se puede intercambiar, compartir, robar o modificar, en el que definitivamente han caído las barreras entre autor y espectador y donde cualquiera puede exhibirse a sí mismo frente a públicos más o menos grandes.

«Restablecer la dimensión del arte en la conciencia humana, significa, en primer lugar, eliminar del arte cualquier condición superflua o de privilegio de clase»,[183] escribía Cesare Brandi en el lejano 1951, e insistía en la necesidad de volcar la atención en las motivaciones originarias del gesto artístico, sin dejarse distraer por las siempre imponentes superestructuras construidas por el sistema. El momento histórico que estamos viviendo nos ofrece una gran oportunidad en este sentido, porque nos permite rebuscar en nuestro día a día dentro de un vasto repertorio de culturas y subculturas menores, caóticas y desorganizadas. Nos pone en contacto con el potencial expresivo de millones de identidades diferentes, recordándonos en cada paso que damos que el verdadero poder del arte (de cualquier arte) es ayudarnos a explorar nuestra humanidad en un espacio libre de reglas y encontrando siempre la manera de huir de la cárcel de la necesidad y la contingencia.

Muchos artistas —sobre todo aquellos que en las últimas décadas han basado su trabajo en el mundo digital y de internet— han entendido sobradamente el alcance histórico de estos cambios y los han incorporado a sus obras, ya sea inspirándose en expresiones «vernáculas» de la red o adoptando estéticas y comportamientos nacidos en el seno de las subculturas online, pero también mezclándose valientemente con ellas. Una etiqueta, en cierto modo discutible, como posinternet se ha creado precisamente para describir a esta generación de artistas cuya obra está influenciada por el hecho de vivir en un mundo conectado permanentemente. Marisa Olson, artista e investigadora estadounidense, que fue quien, en 2008, introdujo por primera vez el término, lo explica realmente bien: «Creo que es importante afrontar la cuestión del impacto que está teniendo internet en la cultura en general, y esto lo podemos hacer si actuamos dentro de la red, pero puede y debe hacerse también offline».[184] A lo que se refiere Olson es a que los cambios producidos por la presencia de internet en la vida cotidiana no son una cuestión que afecte únicamente a los net artists, y que se puede reflexionar acerca de esta nueva situación cultural también a través de la pintura, la escultura, la performance y de cualquier otro lenguaje que se manifieste primordialmente fuera de la red. Guthrie Lonergan, otro protagonista de lo que en estos últimos años hemos acabando tratando —injustamente— como un auténtico movimiento, ya habló del internet aware art, o sea, de un arte consciente de la existencia de la red.

Nacido dentro del contexto de una legítima y necesaria reflexión sobre la evolución del lenguaje artístico al entrar en contacto con internet, una vez acabada la fase pionera del net art, el debate acerca del posinternet rápidamente ha cristalizado en una nueva etiqueta, agrupando bajo este término a un grupo de artistas que compartían su interés por la net culture y eran más o menos de la misma edad. Nombres como Jon Rafman, Cory Arcangel, Oliver Laric, Petra Cortright, Ryan Trecartin, Amalia Ulman, Constant Dullaart, Harm van den Dorpel, Artie Vierkant y Addie Wagenknecht han comenzado a asociarse con un cierto tipo de estética que se identifica a nivel superficial por el reconocimiento de las referencias de la cultura digital: la estética de YouTube y de los vídeos amateurs, el uso de imágenes pixeladas y en baja resolución, la reflexión acerca del universo de las redes sociales y los videojuegos. Si a esto le sumamos que, a diferencia de lo que ocurría en el net art, la obra de estos artistas suele tener un componente material (una escultura, una instalación, fotografías o un vídeo), de manera que se puede exponer y vender fácilmente, no cuesta entender el éxito inmediato que ha tenido el posinternet entre comisarios, galerías y museos.

La cuestión es que, lejos de ser una corriente artística, el posinternet es una condición cultural general desde la que no hay vuelta atrás. Una condición que no se acaba en la difusión de una estética hecha de píxeles, degradados, logos de redes sociales y plantillas meméticas, sino que nos sitúa frente a un sistema de producción y difusión de la cultura radicalmente diferente. No podemos seguir navegando en la superficie y desestimar todo lo demás, porque el septiembre eterno es nuestra nueva realidad.

NOTA DE LA AUTORA

Este libro es el resultado de un proceso de investigación que he realizado durante casi una década, a través de artículos, textos críticos, exposiciones y conferencias. Todo empezó en 2010, cuando Marco Delogu me invitó a comisariar la sección «Nuovi Media di Fotografia-Festival Internazionale di Roma» y monté la exposición Maps and Legends. When Photography Met the Web. Fue entonces cuando nació el núcleo de mi reflexión acerca de los cambios de la fotografía en la era digital, en la que se basan los primeros tres epígrafes del segundo capítulo («La diseminación de lo fotográfico», «Infinitas versiones y universos paralelos» y «El consumo de imágenes»). «El disparo de Schrödinger» y «En la tierra media», que también se encuentran en ese capítulo, nacieron, respectivamente, con la redacción de un artículo publicado en Artribune Magazine en 2016 y con el montaje de la exposición Stop and Go. L'arte delle GIF animate, que comisarié junto con Saverio Verini y que se celebró ese mismo año en Roma, en el smART-polo per l'arte, y después, en 2018, en Liubliana, Eslovenia, en el International Centre of Graphic Arts (MGLC). La investigación sobre el mundo de los memes y los contenidos virales comenzó en torno a 2013, con los artículos «El contrapaso del arte» y «Algo ha cambiado», publicados por Artribune Magazine, y con la exposición Nothing to See Here, que se pudo ver en el Istituto Svizzero de Milán. De la investigación que me llevó a profundizar en las dinámicas de la creatividad amateur en internet surgieron el artículo «Los nuevos aficionados», publicado en la revista Digicult, y la exposición Eternal September. The Rise of Amateur Culture (Liubliana, Galería Skuc, 2014), producida por el Aksioma Institute for Contemporary Art en colaboración con Link Editions. Ha sido importante entrar en contacto con el proyecto Contemporary Naturalism, de Mauro Ceolin, que analicé en un texto publicado en el libro MemeZoology en 2014. Por último, el planteamiento del capítulo «La era del sinsentido» nació de varios artículos que escribí para Artribune Magazine y de la colaboración con Mai più senza. Festival dell'assurdo, un evento organizado en Milán por Mare Culturale Urbano en 2017. De estas experiencias y de tantos textos escritos a través de los años hay trazos en este libro, que es un intento de

sistematizar en un discurso unitario los conocimientos adquiridos durante diez años y de trabajo y de reflexión.

Mi más sincero reconocimiento a todas las personas e instituciones que han apoyado y nutrido esta investigación. En especial, a Silvia Bordini, Mauro Ceolin, Marco Delogu, Stephanie Fazio, Marco Enrico Giacomelli, Kenneth Goldsmith, Lorenzo Gigotti, Flaminio Gualdoni, Janez Janša, Tommaso Labranca, Salvatore Lacagnina, Elena Rossella Lana, Marco Mancuso, Margherita Marzotto, Claudio Musso, Fabiola Naldi, Andrea Natale, Luigi Pagliarini, Fabio Paris, Domenico Quaranta, Gianni Romano, Alexei Shulgin, Massimiliano Tonelli y Saverio Verini.

También quiero dar las gracias a mi familia, a todos los autores citados en estas páginas y a todos los artistas con los que he colaborado e intercambiado ideas y fuentes de inspiración.

Notas

el septiembre eterno

1. Cita extraída del documental Corazones en tinieblas, American Zoetrope, 1991.

2. Fischer, Dave (26 de enero de 1994): «Weeks? hah!!», alt.folklore.computers.

3. Fuente: Internet World Stats; internetworldstats.com/stats.htm.

4. Youngblood, Gene (26-30 de julio de 1982): «Towards Autonomous Reality Communities», en Siggraph ‘82 Art Show, catálogo de la exposición, Boston, Massachusetts, ACM.

5. Noll, Michael A. (octubre de 1967): «The Digital Computer as a Creative Medium», en IEEE Spectrum.

6. Schoener, Allon (marzo-abril de 1966): «2066 and All That», en Art in America, vol. 54.

7. Leadbeater, Charles y Miller, Paul (2004): The Pro-Am Revolution: How Enthusiasts Are Changing Our Society and Economy, Demos.

8. Keen, Andrew (2007): The Cult of the Amateur: How Today’s Internet Is Killing Our Culture, Crown Business.

9. Anderson, Chris (2006): The Long Tail: Why the Future of Business Is Selling Less of More, Hyperion.

10. Roberts, John (23 de abril-9 de agosto de 2008): «The Amateur’s Retort», en Amateurs, catálogo de la exposición, San Francisco, CCA Wattis Institute of Contemporary Arts.

11. Toffler, Alvin (1964): The Culture Consumers. A Study of Art and Affluence in America, St. Martin’s Press.

12. Postman, Neil (1985): Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in an Age of Show Business, Viking.

13. Comolli, Jean-Louis (1996): «Machines of the Visible» [1971], en Electronic Culture. Technology and Visual Representation, Timothy Druckrey (ed.), ApertureFoundation.

14. Bolter, Jay David y Grusin, Richard (1999): Remediation, The MIT Press.

15. Boddington, Ruby (19 de febrero de 2019): «Gourau and Phong stretches reality by combining photography with new technologies», en It’s Nice That; itsnicethat.com.

16. Rafman, Jon (agosto de 2009): «The Nine Eyes of Google Street View», en Art Fag City.

17. Calvino, Italo (1980): Los amores difíciles, Barcelona, Tusquets Editores.

18. Fuente: Brandwatch.com.

19. Sontag, Susan (1980): Sobre la fotografía, Buenos Aires, Editorial Sudamericana.

20. «The Real Thing» (2010): entrevista a Oliver Laric di Domenico Quaranta, en Art Pulse Magazine.

21. Momus (2009): Solution 11-167-The Book Of Scotlands, Sternberg Press.

22. Lanier, Jaron (2017): Dawn of the New Everything: Encounters with Reality and Virtual Reality, Henry Holt and Co.

23. Stoll, Clifford (1985): Silicon Snake Oil: Second Thoughts on the Information Highway, Doubleday.

24. Steyerl, Hito (2009): «In Defense of the Poor Image», en e-flux Journal, n.º 11; e-flux.com.

25. Fadda, Simonetta (1999): Definizione zero. Origini della videoarte fra politica e comunicazione, Costa & Nolan.

26. Chan, Casey (febrero de 2015), publicado en gizmodo.com.

27. tiktok.com/@curt.skelton.

28. Kelly, Zachariah (29 de agosto de 2022): Curt Skelton Is Real, That TikTok 'Deepfake' Is a Fake, en Gizmodo; gizmodo.com.au/2022/08/tiktok-deepfake-curt-skelton.

29. Marker, Chris (2006): entrevista publicada en Kevin Macdonald y Mark Cousins, Imagining Reality, Faber & Faber.

30. Smith, Robert Eliott (octubre de 2014): «It's Official: AIs Are Now Re-Writing History», en Petapixel; petapixel.com.

31. Ibíd.

32. Chayka, Kyle (18 de marzo de 2022): «Have iPhone Cameras Become Too Smart?», The New Yorker; newyorker.com/culture/infinite-scroll/have-iphone-camerasbecome-too-smart.

33. Rubinstein, Daniel y Sluis, Katrina (2013): «Notes on the Margins of Metadata; concerning the undecidability of the digital image», en Photographies, vol. 6, n.º 1, pp. 151-158.

34. Hesse, Hermann (1980): El lobo estepario, Barcelona, Mundo Actual.

35. Lialina, Olia y Espenschied, Dragan (2009): Digital Folklore, Merz Akademie.

36. Moody, Tom (2013): GIFs as Cinema; www.tommoody.us.

37. McKay, Sally (2009): The Affect of Animated GIFs (Tom Moody, Petra Cortright, Lorna Mills); artandeducation.net.

38. Massumi, Brian (otoño de 1995): «The Autonomy of Affect», en Cultural Critique, n.º 31.

sistemas replicantes

39. Stephenson, Neal (1992): Snow Crash, Bantam Books.

40. Jenkins, Henry (2006): Convergence Culture: Where Old and New Media Collide, New York University Press.

41. Leadbeater, Charles (2008): We-Think: Mass innovation, not mass production, Profile Books Ltd.

42. Peretti, Jonah (12 de agosto de 2010): «Mormons, Mullets, and Maniacs», discurso pronunciado en el New York Viral Media Meetup; scribd.com.

43. Adams, Douglas (29 de agosto de 1999): «How to Stop Worrying and Learn to Love the Internet», publicado en The Sunday Times; douglasadams.com.

44. Dawkins, Richard (1990): El gen egoísta, Barcelona, Salvat.

45. Blackmore, Susan (2000): La máquina de los memes, Barcelona, Paidós.

46. Dawkins, Richard, op. cit.

47. Shifman, Limor (2013): Memes in Digital Culture, The MIT Press.

48. Jenkins, Henry; Ford, Sam y Green, Joshua (2013): Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture, New York University Press.

49. Cory Arcangel's, Official Portfolio Website and Portal; coryarcangel.com.

50. Quaranta, Domenico (15 de octubre de 2015): «Internet semiotics», publicado en Flash Art.

51. Quaranta, Domenico (2012): When an Image Becomes a Work: Prolegomena to Cattelan's Iconology; pooool.info.

52. Conversación mantenida con el artista por correo electrónico.

53. Entrevista a Mike Kelley de Glenn O'Brien; glennobrien.com.

54. En Italia destaca el ensayo de Lolli, Alessandro (2017): La guerra dei meme, Effequ.

55. Her, Seong-Young y Zharova, Masha (2015): Memes: A Microcosm of Art History; thephilosophersmeme.com.

56. Clusterduck (2018): MEMEPROPAGANDA. A dirty fairy tale about memes, art, politics and propaganda; greencube.gallery.

57. Tanni, Valentina (enero de 2019): «El vídeo de superinternet.space, una performance memética colectiva», en Artribune; artribune.com.

58. Metahaven (2013): Can Jokes Bring Down Governments? Memes, Design and Politics, Strelka Press.

59. Muraben, Billie (11 de febrero de 2016): «Making propaganda about propaganda: Metahaven's new film considers fantasy and truth in internet culture», en It's Nice That; itsnicethat.com.

60. Steyerl, Hito (noviembre de 2013): «Too Much World: Is the Internet Dead?», en e-flux Journal, n.º 49.

61. Berger, John (1972): Ways of Seeing, episodio 1, BBC.

62. Ibíd.

63. Joselit, David (2012): After Art, Princeton University Press.

64. Breyer P-Orridge, Genesis (2010): Thee Psychick Bible, Thee Apocryphal Scriptures ov Genesis Breyer P-Orridge and Thee Third Mind ov Thee Temple ov Psychick Youth, Feral House.

65. VV. AA. (1998): Acción directa en el arte y la cultura, Madrid, radicales libres.

66. Ibíd.

67. The Philosopher's Meme (29 de enero de 2016): The Post-Pepe Manifesto; thephilosophersmeme.com.

68. DeLillo, Don (1997): Underworld, Scribner.

69. Simic, Charles (1992): «Dime Store Alchemy. The Art of Joseph Cornell», en The New York Review of Books.

70. Picabia, Francis (1921): Jésus-Christ Rastaquouère, Collection Dada.

71. Waldorf, Sarah y Stephan, Annelisa (30 de marzo de 2020): Getty Art-works Re-created by Geniuses the World Over; getty.edu/news/getty--artworks-recreated-with-household-items-by-creative-geniuses-the-world-over.

72. Jordan, Marvin, DIS y Coupland, Douglas (2014): #artselfie, Jean Boite Editions.

73. Steyerl, Hito (2018): Duty Free Art. L’arte nell’epoca della guerra civile planeteria, Johan & Levi.

74. Citado en Bishop, Claire (2013): Artificial Hells: Participatory Art and the Politics of Spectatorship, Verso Books.

75. Ibíd.

76. Debray, Regis (1999): Vita e morte dell’immagine. Una storia dello sguardo in Occidente, Il Castoro.

77. Wark, McKenzie (octubre de 2017): «My Collectible Ass», en e-flux Journal n.º 85.

78. Kaprow, Allan (1993): Essays on the Blurring of Art and Life: Expanded Edition, University of California Press.

79. Kelly, Kevin (7 de enero de 2013): The Improbable Is the New Normal; kk.org.

80. Carelman, Jacques (2018): Catalogo d’oggetti introvabili [1969], Vanvere.

81. Troemel, Brad (14 de marzo de 2013): «The Accidental Audience», en The New Enquiry; thenewinquiry.com.

82. Groys, Boris (noviembre de 2011): «Introduction. Global Conceptualism Revisited», en e-flux Journal, n.º 29.

83. Maciunas, George (1963): Manifesto on Art / Fluxus Art Amusement.

84. Smith, Owen (septiembre de 2002): «Avant-gardism and the Fluxus Project A Failed Utopia or the Success of InvisibiIity?», en Performance Research, vol. 7, n.º 3.

85. Kosuth, Joseph (2003): en Alexander Alberro, Conceptual Art and the Politics of Publicity [cit.].

86. Wershler, Darren (2012): Best Before Date; alienated.net.

87. Goldsmith, Kenneth (2014): Kenneth Goldsmith in Conversation, De La Salle University Publishing House.

88. Wershler, Darren, op. cit.

89. Andrews, Nigel (1987): Entrevista grabada en «The Real Andy Warhol?». Nigel publicó la transcripción de la entrevista en The Financial Times el 24 de agosto de 2007. Se puede consultar en ft.com/content/33577264-51d8-11dc-8779-0000779fd2ac [en inglés].

90. Munzenrieder, Kyle (4 de junio de 2018): «Marina Abramović Will Charge Herself With 1 Million Volts of Electricity in the Name of Art. The artist is incandescent?», en W Magazine; wmagazine.com/story/marina-abramovic-electricshock-art.

91. N. de la T.: La redacción y la traducción de este libro son anteriores a esta performance, que tendrá lugar del 23 de septiembre al 10 de diciembre de 2023.

92. Lozano, Lee (2018): Lee Lozano: Language Pieces, Hauser & Wirth Publishers and The Fruitmarket Gallery.

93. Danto, Arthur C. (1964): «The Artworld», en The Journal of Philosophy, vol. 61, n.º 19, American Philosophical Association, Eastern Division Sixty-First Annual Meeting.

94. Berni, Alessandro (14 de febrero de 2014): «La studio visit di un genio. Incontro con Vito Hannibal Acconci», en Artribune; artribune.com.

95. McClintock, Andrew (5 de octubre de 2013): «In conversation with Chris Burden», en SFAQ; sfaq.us.

96. The Importance of Being Context, documentación; linkartcenter.eu.

97. Gleason, Mat (19 de agosto de 2014): «Is the ALS Ice Bucket Challenge Art?», en The Huffington Post; huffpost.com.

98. Troemel, Brad (9 de septiembre de 2010): «What Relational Aesthetics Can Learn From 4Chan», en Art Fag City; artfcity.com.

99. Price, Seth (2002): Dispersion; sethpriceimages.com.

100. Walter, Benjamin (1989): Discursos interrumpidos I, Buenos Aires, Taurus.

101. Baumgartel, Tilman (26 de junio de 1997): «Art was only a substitute for the Internet», entrevista a Vuk Ćosić, en Telepolis; heise.de.

102. Ibíd.

103. Ono, Yoko (1970): Grapefruit: A Book of Instructions and Drawings, Simon and Schuster.

104. Cremonesi, Matteo (4 de junio de 2014): «Da tutti, per nessuno, ogni giorno», entrevista con Eva y Franco Mattes, en Artribune; artribune.com.

105. Goriunova, Olga (2013): «New media idiocy», en Convergence, vol. 19, n.º 2.

106. Ibíd.

107. Beckett, Samuel (1949): «Three Dialogues», en Transition, n.º 5.

108. Baldessarri, John (2009): en Sara Thornton, Seven Days in the Art World, Granta Publications.

109. Panorama FAILs, en knowyourmeme.com.

110. Anderson, Steve (8 de mayo de 2013): «Revealed: The “half-cat” not created by Google Street View», en The Independent; independent.co.uk.

111. Fineman, Mia [ed.] (2012): Faking It: Manipulated Photography before Photoshop, en cat. de la exp. homónima, Nueva York, MoMA.

112. Moholy-Nagy, László (1927): Painting, Photography, Film, Lund Humphries.

113. Labranca, Tommaso (1994): Andy Warhol era un coatto. Vivere e capire il trash, Castelvecchi.

114. Douglas, Nick (16 de diciembre de 2014): «It's Supposed to Look Like Shit: The Internet Ugly Aesthetic», en Journal of Visual Culture.

115. Ibíd.

116. Ibíd.

117. Joyce, Mary (28 de abril de 2008): «David Weinberger on Fame Culture We Create», en Internet & Democracy Blog; blogs.harvard.edu.

118. Shrigley, David (29 de enero de 2012): «The Art of Doodle», en The New York Times Magazine; archive.nytimes.com.

119. Tzara, Tristan (1918): Manifiesto Dadaísta.

120. Go Cinderella / Paris Filter Trend, Know Your Meme; knowyourmeme.com/memes/go-cinderella-paris-filter-trend.

performances identitarias

121. McLuhan, Marshall y Fiore, Quentin (1967): The Medium is the Massage, Penguin Books.

122. Alÿs, Francis (11 de marzo de 1999): The Thief, Artist Web Projects; diaart.org.

123. Bolter, Jay David y Gromala, Diane (2005): Windows and Mirrors. Interaction Design, Digital Art, and the Myth of Transparency, The MIT Press.

124. Toffler, Alvin (1980): La tercera ola, Barcelona, Plaza y Janés.

125. Debray, Regis (1992): Vie et mort de l'image, Gallimard.

126. Wesch, Michael (2009): «YouTube and You. Experiences of Self--Awareness in the Context Collapse of the Recording Webcam», en Explorations in Media Ecology, vol. 8, n.º 2.

127. N. de la E.: Desde marzo de 2022, TikTok permite crear vídeos de hasta diez minutos.

128. Citarella, Joshua (3 de diciembre de 2018): «Welcome to TikTok, the Wildly Popular Video App Where Gen Z Makes the Rules», en Artsy; artsy.net.

129. Ibíd.

130. Willis, Paul (1990): Common Culture: Symbolic Work at Play in the Everyday Cultures of the Young, Westview Press.

131. Ibíd.

132. Turkle, Sherry (2011): Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other, Basic Books.

133. Jenkins, Henry (2009): «What Happened Before YouTube», en Jean Burgess y Joshua Green, YouTube: Online Video and Participatory Culture, Polity Press.

134. McRobbie, Angela y Garber, Jenny (1977): «Girls and Subcultures», en Stuart Hall y Tony Jefferson (eds.), Resistance Through Ritual, Birmingham, Hutchinson and the CCCS.

135. Kornblum, Janet (18 de julio de 2006): «Now playing on YouTube», en USA Today; usatoday.com.

136. Il Pickwick (17 de noviembre de 2021): Residenze Digitali: Intervista a Mara Oscar Cassiani; ilpickwick.it/index.php/extra/residenze-digitali/item/4637-residenze-digitali-intervista-a-mara-oscar-cassiani.

la era del sinsentido

137. Fontcuberta, Joan (2016): La furia de las imágenes. Notas sobre la postfotografía, Barcelona, Galaxia Gutenberg.

138. Oppenheim, Meret (1936): Object, Paris; moma.org.

139. Oppenheim, Meret (16 de agosto-1 de diciembre de 2013): Retro-spective, Martin Gropius Bau; nota de prensa.

140. Breton, André (1924): Primer manifiesto del surrealismo.

141. Lecher, Colin (7 de julio de 2014): «How did a $ 10 potato salad Kickstarter raise more than $ 30,000?», en The Verge; theverge.com.

142. Haraway, Donna J. (1991): Simians, Cyborgs, and Women: The Reinvention of Nature, Free Associations Books.

143. Bessi, Alessandro; Zollo, Fabiana; Del Vicario, Michela; Scala, Antonio; Petroni, Fabio; Gonçalves, Bruno y Quattrociocchi, Walter (2017): «Everyday the Same Picture: Popularity and Content Diversity», Conference Paper International Workshop on Complex Networks.

144. Meltybuzz (2014): «3 domande a: “La stessa foto di Toto Cutugno ogni giorno”», en Meltybuzz; meltybuzz.it.

145. Pedersen, Jordan (5 de agosto de 2014): «Inside the inscrutable world of Weird Facebook», en Daily Dot; dailydot.com.

146. Le Guin, Ursula K. (1969): The Left Hand of Darkness, Ace Books.

147. Dragona, Daphne (15 de noviembre de 2012): «Harun Farocki Interview. Serious Games in Samos», en Neural; neural.it.

colaboraciones de masas

148. Paz, Octavio (1967): Corriente Alterna, México, Siglo Veintiuno Editores.

149. Place (31 de marzo de 2017): Reddit, r/announcements; reddit.com/r/announcements/comments/62mesr/place.

150. milliondollarhomepage.com.

151. Israeli, Abraham; Kremiansky, Alexander y Tsur, Oren (2022): This Must Be the Place: Predicting Engagement of Online Communities in a Large-scale Distributed Campaign, actos de la conferencia ACM Web Conference. WWW ’22, Association for Computing Machinery.

152. Cuthbertson, Anthony (4 de noviembre de 2017): Reddit Place: The Internet’s Best Experiment Yet, en Newsweek; newsweek.com/reddit-place-internetexperiment-579049.

153. Place (2017): Reddit; reddit.com/r/place.

154. Sherrill, Cameron (6 de abril de 2022): The Life and Death of r/Place, Home to the Internet’s Greatest Art War, en Esquire; esquire.com/life-style/a39636815/what-is-r-place-explained.

155. Cage, John (1967): A Year from Monday, Wesleyan University Press.

156. Giaccardi, Elisa (octubre de 2006): «Mediators in visual interaction: An analysis of the “Poietic Generator” and “Open Studio”», en Journal of Visual Languages & Computing.

157. Ibíd.

158. Massanari, Adrienne L. (2015): Participatory Culture, Community, and Play: Learning from Reddit, Peter Lang.

159. Bajtín, Mijaíl (1979): L'opera di Rabelais e la cultura popolare. Riso, carnevale e festa nella tradizione medievale e rinascimentale, Einaudi.

160. Massanari, Adrienne L., op. cit.

161. Ibíd.

162. Ascott, Roy (2003): Art and Telematics. Towards a Network Consciousness, en Telematic Embrace, California University Press.

163. Tapscott, Don y Williams, Anthony D. (2008): Wikinomics: How Mass Collaboration Changes Everything, Portfolio.

164. Ibíd.

165. Jenkins, Henry (2006): Convergence Culture Where Old and New Media Collide, New York University Press.

166. Graham, Marcus (djWHEAT), en un tuit del 12 de febrero de 2019; twitter.com/ djWHEAT/status/1095147119323697152.

167. Chase (1 de marzo de 2014): Victory! The Thundershock Heard Around the World, Twitch; blog.twitch.tv/2014/03/twitch-prevails-at-pokemon.

168. Guinness World Records (1 de marzo de 2014): Most users to input a command to play a live streamed videogame, en guinnessworldrecords.com/worldrecords/.

169. Ibíd.

170. Tomotani, Joao V. (2014): The Infinite Fish Playing Pokémon Theorem, en Journal of Geek Studies, n.º 1; jgeekstudies.org/2014/12/10/tomotani_2014_fish.

171. Ibíd.

172. Bittanti, Matteo y Gandolfi, Enrico [eds.] (2018): Giochi video. Performance, spettacolo, streaming, Mimesis.

173. Calvino, Italo (2013): «Cibernética y fantasmas. Apuntes sobre la narrativa como proceso combinatorio», en Punto y aparte. Ensayos sobre literatura y sociedad, Madrid, Siruela.

174. monolithtracker.com.

175. Groys, Boris (2008): A Genealogy of Participatory Art, en The art of participation: 1950 to now, Rudolf Frieling [ed.], San Francisco Museum of Modern Art y Thames & Hudson.

176. Galloway, Alexander R. y Thacker, Eugene (2007): The Exploit: A Theory of Networks, University of Minnesota Press.

177. Hickey, Dave (1997): Air Guitar. Essays on Art and Democracy, Art Issues Press.

del laboratorio a la realidad

178. Warburg, Aby (17 de marzo de 1923): Entwurf für den Kreuzlinger Vortrag [cit. en Ernst Gombrich, Aby Warburg. Una biografia intellettuale, Feltrinelli, 1983].

179. Eco, Umberto (10 de abril de 1977): «Come parlano i “nuovi barbari”. C’è un’altra lingua: l’italoindiano», en L’Espresso n.º 14 [el artículo se volvió a publicar bajo el título de «Il laboratorio in piazza», en Sette anni di desiderio. Cronache 1977-1983, Bompiani, 1983].

180. Ibíd.

181. Calvesi, Maurizio (1978): Avanguardia di massa, Feltrinelli.

182. Ibíd.

183. Brandi, Cesare (2013): «L’arte di oggi», en La fine dell’Avanguardia, Quodlibet.

184. Debatty, Regine (28 de marzo de 2008): «Interview with Marisa Olson», en We Make Money Not Art; we-make-money-not-art.com.

Título:

Memestética

© Valentina Tanni, 2023

Edición original:

Memestetica, NERO, 2022

De esta edición:

© Turner Publicaciones SL,

2023 Diego de León, 30

28006 Madrid

www.turnerlibros.com

Primera edición:

octubre de 2023

De la traducción:

© Nuria Martínez Deaño, 2023

Diseño de cubierta:

María Izquierdo

Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra solo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la ley.

Diríjase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra (www.conlicencia.com; 91 702 19 70 / 93 272 04 45).

ISBN: 978-84-19539-05-2

E-ISBN: 978-84-19539-20-5

DL: M-27991-2023 Impreso en España

La editorial agradece todos los comentarios y observaciones:

turner@turnerlibros.com